ER HOSTELERIA

REVISTA PROFESIONAL DE EQUIPAMIENTO OPERADORES Y HOSTELERIA

Número 122
edición quincenal
segunda quincena junio 1992
PRECIO 350 PESETAS
tirada: 12.000 ejemplares

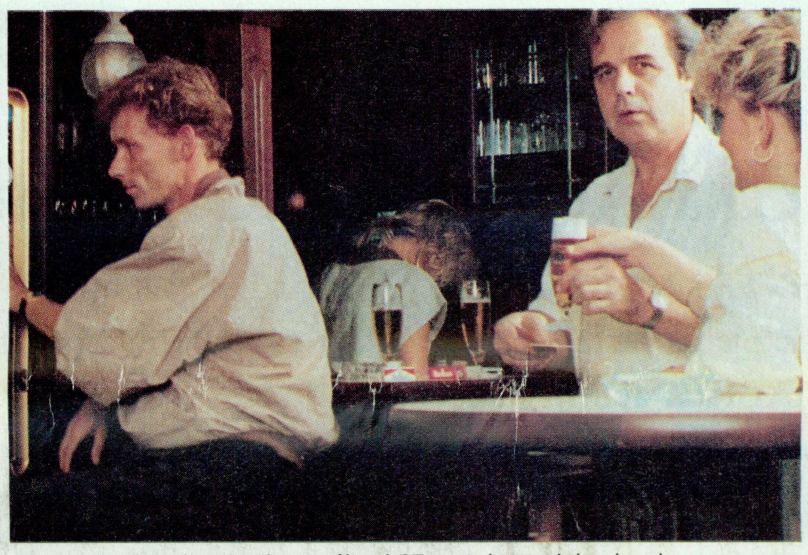
edita PEVSA
Plaza Duque de Medinaceli, 5
Tel. (93) 318 02 36 / 318 16 82
Fax (93) 302 29 54
08002 BARCELONA

Bebidas, las protagonistas en bares y cafeterías

Hoteles y restaurantes otorgan el predominio a la alimentación con más del 60% de su gasto

Las bebidas constituyen el elemento preponderante en bares y cafeterías con el 72 % del gasto, según datos revelados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Esta consideración de protagonismo corresponde a productos alimenticios cuando se habla de restauración y hostelería, cuyo índice supera el 60 por ciento. Cervezas, bebidas alcohólicas, gaseosas y refrescos se configuran como los productos con mayor porcentaje sobre el valor total de la compra en establecimientos de hostelería y restauración. Los alimentos y bebidas que más aumentaron su consumo (en torno al 10 %) son aceites no de oliva, frutas, hortalizas en conserva y congelados, platos preparados, zumos de frutas y aguas minerales. Mientras, el mercado de bebidas en lata multiplica su crecimiento. Durante 1991 España se ha aproximado a los 5.300 millones de latas, tasa próxima al nivel alcanzado por Francia, pero aún lejos de los 7.700 millones de unidades de Gran Bretaña.

(Páginas 16 y 17)



Bares y cafeterías destinan sólo el 27 por ciento del valor de su compra a la alimentación

El IVA del 93 será del 15 %

El anuncio del Secretario de Estado de Hacienda, Antoni Zabalza, de que el próximo 1 de enero el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) se fijará en el 15 por ciento añade un elemento más de inquietud a la propia tasa de 1993.

(Página 3)

Expo'92, no tan chollo

La espectacularidad del evento contrasta con las dificultades que atraviesan numerosos concesionarios

Los primeros síntomas de crisis en la hostelería sevillana y en el complejo de la Exposición Universal comienzan a constatarse. Las ofertas de comidas a precios bajos ya son observables.

(Páginas 12 y 13)

Aceite, el oro de las comidas

El aceite es el principal producto exportado de las materias grasas producidas en España.

Las expediciones de aceite de oliva, que han experimentado un incremento del 39 por ciento, son las más destacadas del sector.

España, primer productor mundial de este alimento, dirige principalmente sus exportaciones a Estados Unidos y Australia. Holanda es el comprador número uno de la CE.

(Páginas 18 y 19)

Este alimento posee enormes virtudes dietéticas

Sumario

5
Recargo del 20 % en el País Vasco

7
Aprobado el proyecto de ley de prestación al desempleo

15
El Mahgreb, cosechas por descubrir

23
Fagor participa en el tercer grupo europeo de electrodomésticos

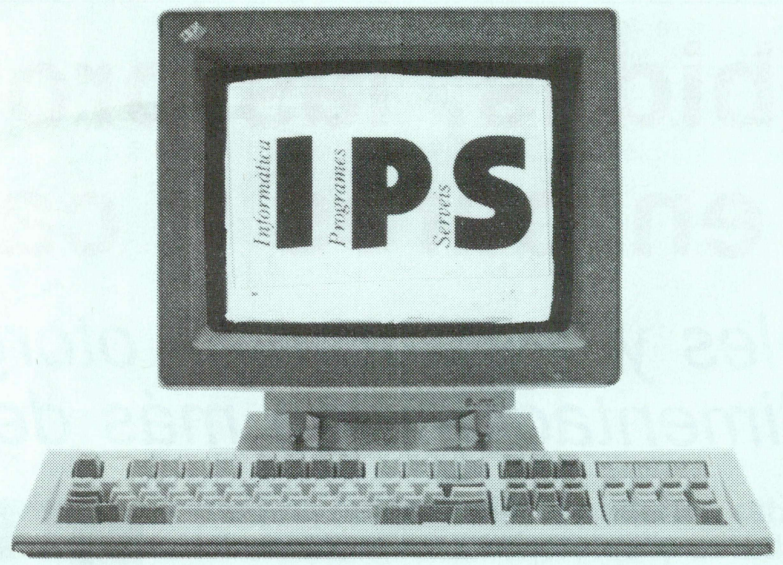
27
Anuncios Clasificados (sección gratuita)

Informàtica Programes IPS Serveis

c/. Girona, 96, 2.º, 1.ª
08009 Barcelona
Tel.: (93) 459 17 88
Fax: (93) 258 86 71

CONTINUAMOS MEJORANDO LAS SOLUCIONES PARA EL CONTROL DE SU EMPRESA OPERADORA

- **PROGRAMA GENERAL DE CONTROL PARA EMPRESAS OPERADORAS.**
- **PERMITE CONTROLAR 99 EMPRESAS.**
- **ENLACE CON CONTABILIDAD.**
- **TERMINALES PORTATILES DE CAPTURA DE DATOS.**
- **CONSTANTE ACTUALIZACION SEGUN NECESIDADES DEL SECTOR**



CARACTERISTICAS PRINCIPALES

— **DIFERENTES MODELOS**, A, B, infantiles, billares, dardos, etc.

— Máquinas, placas y establecimientos con gran información y ficha sin límite de datos y comentarios.

— **INSTALACION** de MAQUINAS y PLACAS DE VIDEO JUEGOS.

— Entrada de **RECAUDACIONES** con análisis de contadores, sus diferencias, % de premio de la máquina. Acumula dicha información durante toda la vida de la máquina. Listar, consultar y modificar cualquier recaudación.

— Control de **CANTIDADES RETENIDAS SOBRE LA RECAUDACION.**

— Control de **AVERIAS** por máquinas, modelos, mecánicos, establecimientos.

— **GASTOS** por MAQUINAS, compras, tasas, licencias, etc.

— Gastos por ESTABLECIMIENTOS.

— ALBARANES de recaudación con establecimientos y máquinas a recaudar.

— **FACTURACION** de los establecimientos y la empresa operadora. Libro registro facturas recibidas y emitidas. Facturación superior a 500.000 pts.

— **DOCUMENTOS OFICIALES**, tasas, licencias, boletines instalación, etc.

— **RECAUDACIONES** por MODELOS con totales, medias, gráficas.

— Recaudaciones por MAQUINAS, entre fechas, diarios, semanales, mensuales, anuales, medias, máquinas rentables, gráficas, ordenados de mayor a menor recaudación, etc. Vencimientos boletines de instalación.

— Recaudaciones por PLACAS, medias, ordenadas, por establecimientos, etc.

— Recaudaciones por ESTABLECIMIENTOS, entre fechas, diarios, semanales, mensuales, anuales, de rentabilidad, gráficas, ordenados, etc.

— **DIFERENCIA DE CONTADORES** por máquinas, fechas, establecimientos, etc.

— **RESUMENES GENERALES** de ingresos y gastos por máquinas, establecimientos, de la explotación.

— AMORTIZACION de las máquinas.

— Control de las **RECAUDACIONES HISTORICAS** de máquinas, placas, bares.

— AGENDA EMPRESARIAL y **CONTROL GENERAL DE INGRESOS Y GASTOS** varios.

— Control de **STOCKS y ALMACEN.**

Cruz retoma la idea de los contadores como determinante de la tasa

¿Cómo y de qué manera influirá el nuevo tipo del IVA situado en el 15 por ciento en el sector del recreativo? Esta misma pregunta se la ha trasladado «ER» al director general de la Comisión Nacional del Juego (CNJ), Francisco Cruz De Castro. De momento, la cuestión también espera respuesta del Ministerio de Economía y Hacienda, pero en principio *«tampoco está tan claro que el tipo del IVA pueda influir de forma determinante en la dinámica empresarial, básicamente porque a lo mejor el 15 no grava este sector»*, ha indicado el jefe del Gabinete Técnico a esta redacción.

A la espera de recibir contestación de Hacienda, lo cierto es que la predicción de

«¿Máquinas 'A'? Quiero acumular más opiniones al respecto»

Antoni Zabalza, secretario de Estado de Hacienda, en el sentido de que el Impuesto sobre el Valor Añadido será del 15 por ciento desde el 1 de enero próximo ahí queda y en relación a ella los colectivos afectados tendrán que actuar.

En cualquier caso, habrá que tener muy en cuenta la valoración que Cruz hace del estado de salud sectorial. Al preguntarle sobre la crisis su respuesta remite al relativismo. «No es menos cierto que la rentabilidad de la máquina se ha incrementado». Una respuesta que viene a confirmar que la recaudación media tabulada por los servicios de estadística del Ministerio del Interior: una media de 1.225.000 pesetas en máquinas «B».

La temática fiscal preocupa ante lo que se prevé como aumento de la tasa del juego

La orden ministerial, objetivo inmediato de la CNJ

correspondiente a 1993. No obstante, Cruz De Castro madura en estos instantes una fórmula antaño comúnmente barajada: una tasa fija que se sumaría a otra variable, cuya cuantía dependería de la recaudación obtenida por cada máquina.

Este mecanismo en plena fase de estudio se valdría de dos opciones de funcionamiento. Por un lado, la adopción de contadores y, por otra, la búsqueda de algún mecanismo alternativo mediante el cual evaluar la recaudación con rango de fiabilidad la recaudación de la máquina.

Orden Ministerial

Por el despacho de Cruz De Castro han discurrido la práctica totalidad de representantes sectoriales y la principal impresión extraida por su titular es que el sector se encuentra convulso. De ahí que el inicial propósito de su jefe del Gabinete Técnico sea *«serenar y apaciguar procurando que en todas las acciones predomine la transparencia. Las decisiones deben tomarse de forma diáfana. En el terreno de las máquinas recreativas debemos preocuparnos inicialmente de aquellos temas que en cierta manera perturban la marcha lógica del sector»*. En ese estadio cabría situar a la Orden Ministerial.

En ediciones anteriores «ER» adelantaba que la intención de la CNJ era procurar una Orden Ministerial donde quedaran condensadas varias de las reivindicaciones empresariales. A saber, premio máximo, duración de la partida... Los proyectos de Cruz De Castro pasarían por conceder luz verde a esta medida antes de que el mes de agosto provoque el parón estival. Sin embargo, tampoco se pronuncia de forma contundente a este respecto por lo que también debería contemplarse una posible demora en el tiempo de publicación de la citada ordenanza.

En relación con el status que debería corresponder a las máquinas de tipo «A» en el futuro, Cruz prefiere seguir acumulando impresiones, ideas e iniciativas.

Coordinar

En la línea de procurar hallar respuestas a aspectos que perturben la marcha lógica del sector debe enmarcarse la iniciativa de reunión que el propio Cruz De Castro mantendrá en Madrid con los secretarios de los distintos Gobiernos Civiles de toda España.

La razón no es otra que el hecho de que *«es la propia experiencia de gestión directa que se vive diariamente en los Gobiernos Civiles la que debe permitir la búsqueda de ciertas soluciones consensuadas por todas las administraciones»*.

La reunión prevista inicialmente el para el 15 de junio se trasladó para los días 22,

«Hay que serenar. Se trata de superar temas que perturban la buena marcha del sector»

23 y 24 de junio, tres jornadas para conversar más directamente con quienes diariamente se ocupan de gestionar todas las tramitaciones ordinarias.

El propio Cruz reconoce que en las últimas fechas se ha observado una cierta desincronización en la interpretación de cuestiones concretas que eran resueltas de diferente manera según un gobierno u otro.

En este sentido cabe recordar la descoordinación en los gobiernos por temas tan concretos como los Libros de Inspección o los Boletines de Situación. En este último caso se están revelando afirmaciones auténticamente desorbitadas.

La unificación de criterios adquiere llegados a este punto una importancia superlativa. ●

ER
Objetivo común

Hostelería y automático han demostrado en reiteradas ocasiones que son más las circunstancias que unen que las que podrían interpretarse como alienantes. Desde el primer ejemplar "ER-Hostelería" ha tenido como objetivo inmediato la asunción de ambas actividades bajo un mismo denominador común: el impulso de un fuerte grado de profesionalización que les reivindique como los notables ejemplos de proyección empresarial que realmente se configuran en la cuota de mercado de la actividad económica.

Las previsiones de Hacienda que apuntan a un tipo del IVA del 15 por ciento desde el 1 de enero y los recargos autonómicos que se perfilan como norma común de la actuación en todas y cada una de las Comunidades Autónomas aventuran más que nunca la necesidad de consolidar estos lazos comunes.

A los colectivos empresariales del automático espera una ingente tarea antes del mes de noviembre, fecha aproximada de aprobación de la ley de Presupuestos Generales del Estado. El anuncio de la recaudación media en 1.225.000 pesetas significa aumentar en 80.100 pesetas las perspectivas de Hacienda. "ER" adelantó en su número anterior que nada sorprendería un aumento de la tasa de juego del 5 por ciento. Aunque desde la Administración central se oigan voces que no estimen como segura tal previsión, desde ya los dos sectores directamente implicados en la cuestión deben mover sus peones para procurar que el 93 no despierte con una sorpresa tan desagradable en forma y fondo como la proporcionada el pasado mes de enero.

La presencia cualitativa y cuantitativa en la actividad económicas del país debieran ser suficiente.

ER — Hostelería
Informe quincenal

Edita: P.E.V.S.A.
Plaza Duque de Medinaceli, 5
Teléfonos (93) 318 16 82 - 318 02 86
Fax (93) 302 29 54
08002 Barcelona (España)

Depósito Legal: B-25259-87

Se solicitará control OJD

Fotocomposición, Montaje y Fotomecánica:
PEVSA - Telf. (93) 302 24 40
Fax (93) 302 29 54
Impresión:
AGPOGRAF, S.A.

Director en funciones:
Oscar Delgado
Redacción:
Edurne Romo
Fotografías:
Francisco Díaz Pagador
Publicidad y Relaciones Públicas:
Esteban Carranza Machado (Consejero)
Carme Garcia i Freixedas
Diseño y Maquetación:
Jordi Font y J.J. Martínez

Administración:
Antonio Tirabasso Valiño
Suscripciones:
Roger Mantolán i Soler
Consejo Asesor: Siro Bayón
Esteban Carranza
Fernando Martínez

Queda prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta publicación sin autorización previa por escrito de la Sociedad Editora. La opinión de ER queda reflejada en el Editorial, siendo responsabilidad de los colaboradores las opiniones que pueden vertir en sus artículos.

SPANISH AMUSEMENT TRADE SHOW

Arcade 92

INTERNACIONAL

Feria Española del Recreativo

21, 22 y 23 de Octubre de 1992
Recinto Ferial - Barcelona (España)

SECRETARIA GENERAL: Avda. Diagonal, 474 - 08006 BARCELONA - Tel. (93) 416 14 66 - Fax. (93) 415 00 95

Fira de Barcelona

FEDEMAR

INTERALIA

El 20 % sobre las «B», cuestión de días

El recargo sobre la tasa en el País Vasco podría aplicarse retroactivamente desde el 1 de julio

El martes 9 de junio se consumaron los pronósticos. Si a finales del pasado mes de diciembre «ER» advertía de la aprobación por el ejecutivo autónomo de una partida de ingresos a propuesta de la Consejería de Hacienda y Finanzas, de 2.400 millones de pesetas procedente de un ambiguo recargo sobre el juego porque no concretaba cómo influiría cuantitativa o cualitativamente, en la citada fecha el consejo de gobierno vasco aceptaba trasladar el proyecto de ley al Parlamento de Vitoria para su debate y sanción.

El proyecto se desdobla en dos apartados. Por un lado, se crea un impuesto del 5 por ciento sobre el valor facial del cartón del bingo y, por otro, se establece un recargo del 20 por ciento sobre la tasa *que soportan las máquinas* recreativas de tipo «B».

En el primer caso, significa incrementar al 25 por ciento la cuantía tolerada hasta la fecha. De esta manera, el 5 por ciento adicional de impuestos será recaudado directamente por el gobierno vasco, mientras que las tres diputaciones forales continuarán ingresando el 20 por ciento.

«Ocho autonomías ya lo han aplicado y no ha pasado nada», dice Hacienda

La aplicación del recargo sobre las máquinas «B» se materializa respecto de la actual tasa concertada entre Administración central y Ejecutivo vasco.

La Dirección de Juego todavía no ha emitido las cifras correspondientes al ejercicio de 1991

Fuentes de la Consejería de Hacienda y Finanzas estiman que hasta estos momentos la presión fiscal soportada por las máquinas de premio oscilaba entre el 11 y el 18 por ciento.

Lo cierto es que a tenor de las propias cifras del gobierno vasco en 1989 (último ejercicio con estadísticas oficiales emitidas desde Lacua) la provincia de Alava recaudó por tasa fiscal sobre las «B» un total de 293.902 millones de pesetas, Vizcaya obtenía 1.259.636 millones de pesetas y Guipúzcoa, 676.727 millones de pesetas.

Las arcas de la autonomía vasca engrosarán gracias a este proyecto de ley 2.400 millones adicionales en 1993 a priori, si bien en la propia Consejería de Hacienda no se descartaba la posibilidad de cobrarse la parte proporcional del segundo semestre de 1992 con efecto retroactivo desde el 1 de julio. Todo queda a expensas del tiempo que llevara el debate parlamentario.

Las razones aducidas por fuentes solventes consultadas por esta redacción se acogen a argumentaciones similares a las de autonomías que con antelación impulsaron recargos similares. Es decir, la necesidad de obtener unos ingresos valiéndose para ello de un sector que no provoca grave trastorno en el conjunto de la economía vasca. Asimismo entre los motivos aducidos en el proyecto de ley se observa la necesidad de orientar las cargas tributarias hacia impuestos directos o gravámenes específicos que en estos momentos tienden a aumentarse como norma.

Sin embargo, al margen de estos razonamientos, subyace una anécdota en este caso que supera realmente el sentido de racionalidad que parecía imprimir la llegada del nuevo director de Juego, Alberto Sanz.

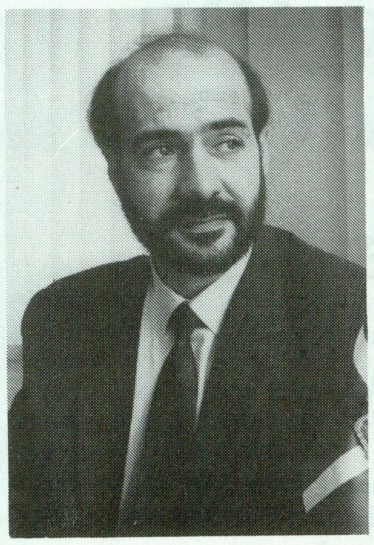
En efecto, a estas alturas de 1992 Interior sigue sin facilitar las cifras del Juego correspondientes a 1991, circunstancia que impide conocer a ciencia cierta cuál es el estado del sector en esta comunidad. No es extraño entonces que en la Consejería de Hacienda se comente lo innecesario que resulta atender a tales cifras, *«puesto que en otras ocho Comunidades Autónomas se ha aplicado este recargo sin mayores problemas»*.

Esta explicación contradice completamente la nueva realidad que debe afrontar el sector en el País Vasco, luego de que la Ley del Juego estableciera una reducción del parque de máquinas recreativas en establecimientos de hostelería. Una decisión que implicó la rápida reacción del colectivo empresarial afectado que expuso ante los dirigentes políticos informes sobre la auténtica realidad de esta industria en la comunidad.

Difícil resulta oponer ante las autoridades gubernamentales cualquier dato contrario a la medida. No en vano, cuando el Parlamento tomó la decisión de reducir el número de máquinas recreativas de establecimientos de hostelería, numerosos fueron los estudios trasladados a las formaciones políticas vascas, obteniendo por respuesta las buenas palabras que dicta la cortesía.●

Delegaciones en las tres provincias

José Joaquín Portuondo expresó en reiteradas ocasiones un deseo que entonces rayaba en la utopía: crear delegaciones provinciales en los tres territorios históricos para, de esta manera, evitar que las gestiones administrativas y burocráticas deban centralizarse en Vitoria.



Alberto Sanz

La gestión administrativa gana en tiempo y ejecución

Aunque las distancias no son exageradas en esta comunidad, no es menos cierto que el desplazamiento constituía una auténtica extorsión de tiempo y gasto.

Parece ser que Alberto Sanz ha logrado materializar esta vieja aspiración y Vitoria, San Sebastián y Bilbao dispondrán en breve de delegaciones específicas donde serán diligenciadas todas las cuestiones documentales que de una manera u otra afecten a la empresa operadora.

Como recordarán los lectores de «ER» a mediados del pasado año el Parlamento vasco aprobó una partida presupuestaria para la puesta en marcha de estas nuevas dependencias de la Consejería de Interior.●

Ingresos anuales por tasas fiscales en máquinas «B» (*)

	Alava	Vizcaya	Guipúzcoa
1984	258.008	916.530	537.769
1985	271.005	1.126.154	578.391
1986	255.281	1.043.020	534.033
1987	252.155	1.198.791	616.488
1988	264.912	1.164.500	595.745
1989	293.902	1.258.636	676.727

(*) Cifras en miles de ptas.

El «*decretazo*» cursa trámite en el Senado

El popularmente conocido decretazo superó el trámite de convalidación en el Congreso con la abstención del grupo popular y el voto opuesto de PNV e IU como aspectos más destacados.

El texto del proyecto de ley sale de la Cámara Baja en dirección al Senado sin una sola enmienda o modificación posterior al dictamen de la comisión de Política Social y Empleo, donde fueron advertidas reformas relativas a los trabajadores fijos discontinuos, grupo al cual se adhieren los trabajadores vinculados con la hostelería, así como minusválidos y trabajadores de la pesca.

La búsqueda de soluciones a la temporalidad de muchos de los contratos firmados por empresarios de hostelería cuando se trata de percibir el subsidio de desempleo todavía podría ser ampliada, caso de que el trámite del Senado observe alguna incorporación argumental. Al menos esta es la previsión que pos*tula el ministro de Trabajo* y Seguridad Social, Luis Martínez Noval.

Los sindicatos continúan dirigiendo su crítica hacia el

La Cámara Alta, próxima parada para este proyecto de decreto-ley

contenido del decreto, pues entienden que éste vulnera diversos aspectos formales del artículo 86.1 de la Constitución, especialmente los que hacen referencia a la urgencia y la extrema necesidad, argumentos que no pueden oponerse siendo el déficit del INEM una realidad conocida por todos.

Varias asociaciones empresariales de hostelería han reafirmado a esta redacción el deseo por hallar una solución que proporcione cobertura al desempleo temporal del que lógicamente hostelería se configura como claro exponente.●

El yate Azor, fichado por un restaurador burgalés

En una época en que la mayoría de las informaciones relativas al sector de la hostelería no son precisamente alentadoras para el bolsillo del empresario, siempre resulta agradable recibir una información que parece quitar hierro a tales problemas.

Según noticia de agencia transmitida por Efe el popular yate «Azor», que utilizaba el anterior jefe del Estado, el general Franco, fue adquirido el pasado miércoles 17 de junio por el empresario de la hostelería burgalesa, Lázaro González González.

El nuevo «*inquilino*» del Azor es propietario del asador «Los Trillos» de la ciudad de Burgos.

El mítico barco ha sido adquirido en subasta por un valor total de 4.670.124 pesetas, un precio hasta cierto punto no tan desmesurado.●

Catalunya

Crisis en el seno de UGT-Hostelería

La ejecutiva del sindicato UGT-Hostelería en Catalunya ha sido disuelta por la dirección estatal, una vez que su cabeza visible se opusiera a convocar una huelga general en el sector durante los días de celebración de los Juegos Olímpicos.

El hecho se remonta al 5 de mayo cuando UGT tomó la decisión de abrir un expediente disciplinario a Antonio Rubio Losada, máximo dirigente de la federación en Catalunya, además de suspender su militancia y de cualquier cargo.

Rubio Losada había manifestado fechas atrás que convocar huelga en el sector de hostelería durante el acontecimiento olímpico podía considerarse como un ejemplo de irresponsabilidad. La dirección estatal ha estimado que tal opinión representaba una acción antisindical.

En principio la decisión se ha tomado más tarde con el fin de no que enturbiara la celebración de la huelga el jueves 28 de mayo.

Baleares y Catalunya se consideran las federaciones de hostelería más potentes en el conjunto del Estado, a la vez que en numerosas oca-

La federación catalana postula no convocar movilizaciones durante los Juegos

siones han puesto de manifiesto su alejamiento de las tesis adoptadas con perspectiva estatal. Ejemplos válidos de ello son la negativa a la huelga en el periodo de Semana Santa y el no a nuevas movilizaciones coincidiendo con los Juegos.

Parece ser que la postura a defender por la otra fuerza sindical, CC.OO. es de no promover movilizaciones en el curso de los quince días de fuego«*olímpico*».●

G.R., S.A.

M. de JUEGOS Y RECREO

GR

Garantía de Rentabilidad

VARIOS MODELOS A ELEGIR

COCHE, DEPORTES, MESA, MOTO, DISPAROS, HABILIDAD, DIANA

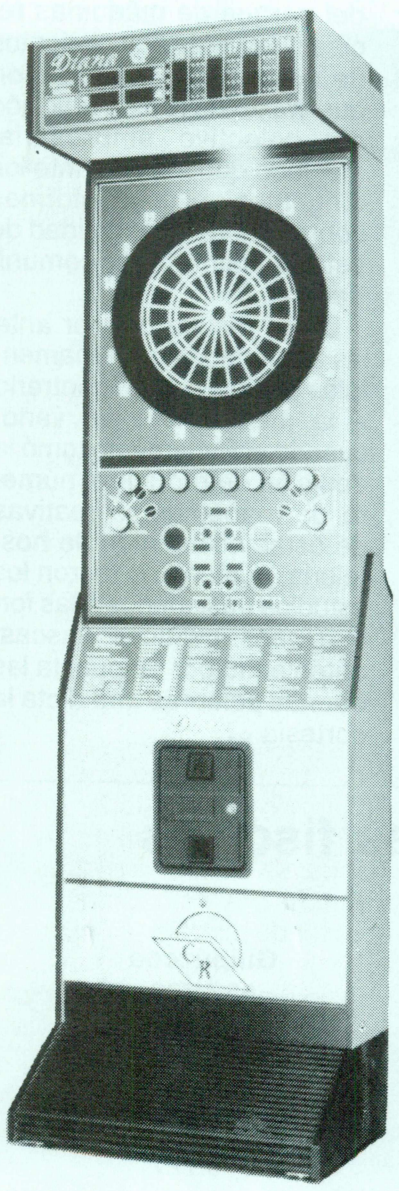
- Dos selectores mecánicos de 25 y 100 ptas. o uno electrónico para todo tipo de monedas.
- Conector universal para acoplar cualquier tipo de placa.

Precios especiales para comerciales

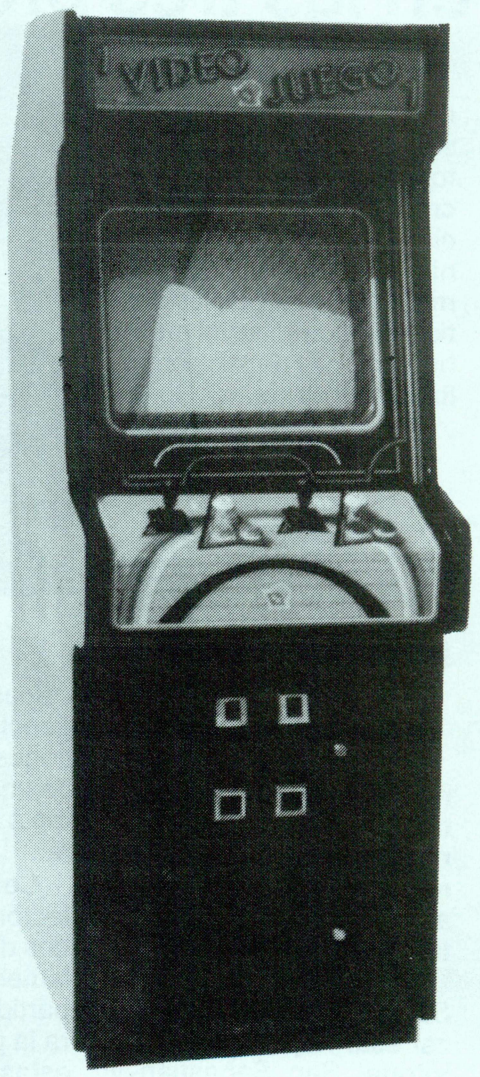
INFORMESE: Tels.: (91) 742 38 64 - 320 44 87 - 320 56 21. FAX (91) 742 38 64

COMERCIAL: c./ Circe, 32. Tels.: (91) 742 38 64 - 320 56 21. 28022 Madrid

FABRICA: Avda. de Castilla, 32. Pol. Ind. El Jardín, Nave 45 Tel. (91) 676 61 92. TORREJON DE ARDOZ (Madrid)



Diana GR



Video Juego 2

Camy y Chamburcy, en Nestlé

La compañía Sociedad Nestlé, emblema visible de la multinacional suiza en España, se fusionará con la filial Delasa, Derivados Lácteos, según se ha sabido recientemente.

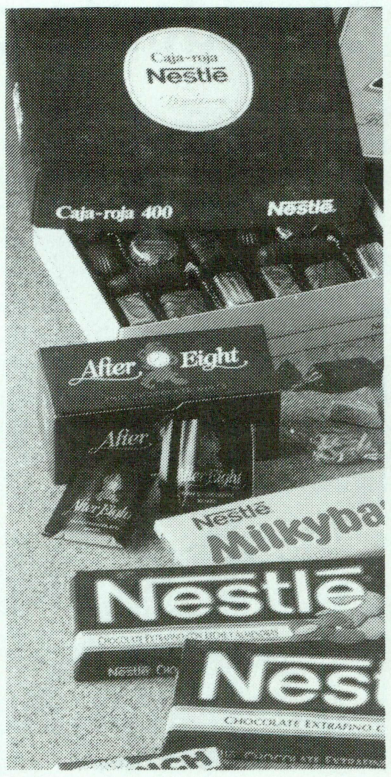
No obstante, el proceso de aprobación se encuentra pendiente de la pertienente aprobación de las respectivas juntas generales ordinarias que debía celebrarse en la fecha límite del 30 de junio.

Delasa se fusiona definitivamente con la multinacional helvética

La principal ventaja que debe extrarse de esta acción de Nestlé será la elevación de su capital en 3.000 millones de pesetas.

La firma Delasa se ocupaba de la fabricación de productos de marcas tan populares como Camy o Chamburcy.

Esta noticia conocida ahora confirma los planes de reestructuración que la multinacional de capital suizo está protagonizando en cierta manera sin alejarse de las cuitas de la propia empresa, que «ER» adelantara en su edición anterior. El objetivo real de este intento consiste en dotar a la compañía de una mayor flexibilidad, agilidad y coherencia hasta el punto de que se estima que debe ser el punto de partida de la mayor revolución en los últimos treinta años de historia de la compañía.



Las ventas de Nestlé España sumaron 153.036 millones pesetas en 1991

Durante 1991 Nestlé España obtuvo unas ventas de 153.036 millones de pesetas, cantidad que representa un aumento del 8,4 por ciento respecto del volumen del año precedente.

En esta cantidad el mercado nacional representa una cuota muy elevada con una suma de ventas de 144.800 millones de pesetas, siendo las exportaciones por valor de 8.236 millones.●

Nutrexpa y Gallina Blanca, juntos en restauración

Las empresas de alimentación Nutrexpa y Gallina Blanca han alcanzado un principio de acuerdo para la comercialización conjunta de productos cuyo destinatario principal es el mercado de la hostelería, la restauración y el catering.

Fuentes consultadas por esta redacción apuntan a que el convenio ha sido firmado por los respectivos directores generales con una clásula adicional que posibilita la prórroga del concierto por otros dos años.

Nutrexpa desea aprovechar la red de distribución que Gallina Blanca ya dispone en estos instantes debido a la penetración que la firma de la familia Carulla posee gracias a su popular producto Avecrem.

Precisamente se hacía eco en su número 120 de la adquisición por la marca Avecrem de la fábrica de caramelos Viuda Solano, la empresa más antigua del sector y líder en la producción de caramelos *«toffees»*. Viuda Solano era hasta la fecha propiedad de Fosforera Española.

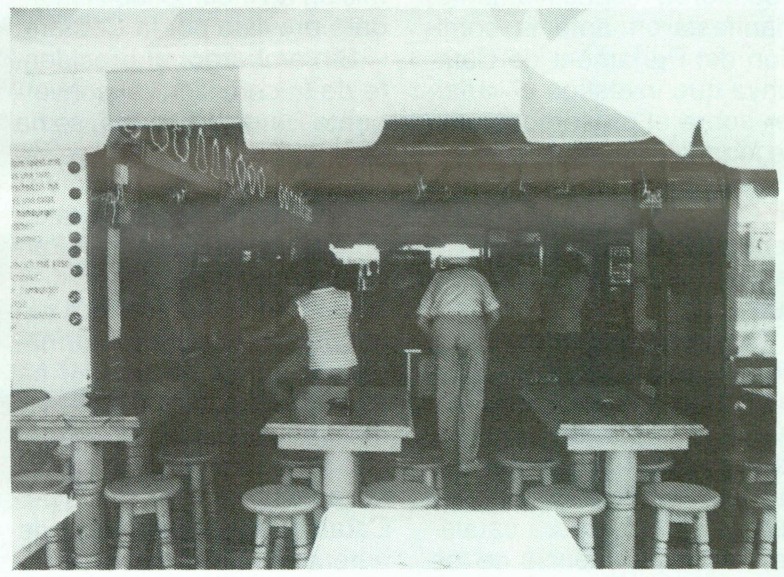
Nutrexpa había vendido en 1991 la marca de miel Las Colmenas a Gallina Blanca, a través de la filial Granja San Francisco.

Este concierto ha sido alcanzado en el mayor de los secretos por ambas compañías por lo que no han sido facilitados más detalles.●

Tenerife

Módulos e IAE desaniman a la hostelería local

El único acontecimiento del 92 que ha redundado positivamente en el sector de hostelería tinerfeño es el paso de los veleros participantes en la regata del Quinto Centenario. Al menos esta es la impresión del presidente de la Asociación de Hostelería de Santa Cruz de Tenerife, Jesús Gutiérrez, cuando se le pregunta sobre las repercusiones que el anhelado 1992 ha reportado a este sector de la economía canaria.



Muchos propietarios no ocultan su aspiración por lograr un buen traspaso de su establecimiento

«La situación es mala. No admite matices», señala la patronal

El titular de la patronal tinerfeña no tiene dudas en el momento de explicar el delicado estado de salud del sector hostelero en esta región. *«La situación es mala y no admite matices. Es cierto que la crisis es mucho más manifiesta en las poblaciones del sur donde se ha reducido la demanda, a pesar de que en años precedentes tuviera lugar una notable especulación urbanística».*

La crisis se ha acentuado a tal nivel que no es extraño que muchos de los actuales propietarios aspiren a conseguir un buen traspaso a manos de un propietario extranjero que esté fuertemente interesado en adquirir un establecimiento de hostelería.

La Asociación Empresarial de Santa Cruz de Tenerife agrupa a un colectivo de alrededor de 2.000 bares, cafeterías y restaurantes, cantidad que le otorga una representatividad de la tercera parte del global del sector en esa provincia, aún lejos de cristalizar la total representatividad.

La aplicación del Impuesto de Actividades Económicas (IAE) figura en el contenido de las preocupaciones del sector de hostelería en general fundamentalmente debido a las dudas que todavía determinados consistorios mantienen sobre cuál debe ser el tipo de gravamen que se aplique en función de la zona de la ciudad de qué se trate, aunque la intención siempre es agotar el más alto posible. El hecho de que sean un elevado número de autónomos quienes se hallen implicados revela las dificultades que se crean en su aplicación.

El IAE será aplicado en Canarias por los ayuntamientos, así como por los respectivos cabildos de igual forma que pueda representar en el resto de España. Hasta la fecha el sector de hostelería únicamente resultaba beneficiado en el Impuesto sobre el Tráfico de Empresas, que en Canarias se cifra en el 4 por ciento de las ventas, porcentaje sensiblemente inferior al instituido en el conjunto de las autonomías peninsulares.●

Distribuciones MA
MIGUEL ANGEL

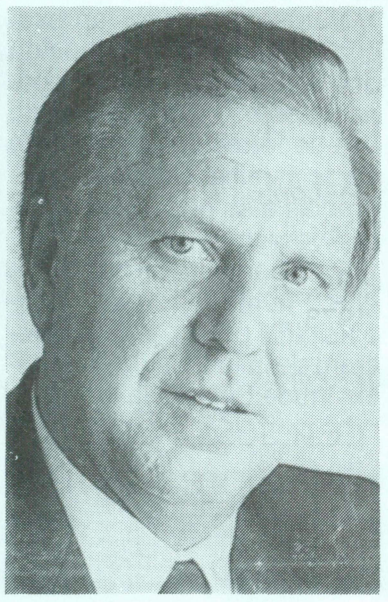
TENEMOS LO QUE USTED NECESITA
TODO EN VIDEO-JUEGOS

c/Cobalto, Par. 167
Telf.: (983) 37 31 40
47012-VALLADOLID

DISPONEMOS
DE ADAPTADORES
PARA 2 PLACAS

«Affaire Casinos»

La comisión concluye su tarea sin aportar demasiada luz



Antonio Aizpún y Josep Gomis

Antonio Aizpún y José Luis Guirao, presidentes de los consejos de administración de los casinos de Barcelona y de Lloret, respectivamente, manifestaron ante la comisión del Parlament de Cata*lunya que investiga el* «affaire» sobre el presunto desvío de fondos a la financiación de Convergència Democràtica de Catalunya (CDC), que no tienen constancia que de ninguna desviación de dineros *hacia algún partido político.*

A pesar de que esta comisión no ha proporcionado demasiada luz en el caso, según han censurado los representantes de las distintas formaciones políticas con presencia en la Cámara catalana, la comparecencia de los dos altos cargos de los dos casinos ha puesto punto y final al desarrollo de la comisión.

La generalidad de los grupos políticos señala que la comisión ha incumplido el mandato previsto por la Cámara.

Sin embargo, el presidente de la comisión, el convergente Raimón Escudé, se ha expresado en términos de satisfacción porque se han visto cumplidos los mandatos previstos por el pleno del Parlament.

Esta valoración ha recibido la crítica del resto de formaciones. El grupo popular ha definido la actividad de la comisión como un sarcasmo. Los socialistas hablan de nula operatividad e Iniciativa per Catalunya (IC), además de reiterar sus críticas anteriores, ha manifestado su deseo por continuar con el procedimiento judicial actualmente en vigor.

El grupo de Esquerra Republicana ni siquiera asistió a la comparecencia de los dos representantes de estos dos casinos ubicados en Catalunya.

Guirao y Aizpún niegan tener constancia de un desvío de fondos

Los únicos elementos significativos que han traslucido de las diferentes sesiones celebradas en el Parlament han sido el rechazo de las fuerzas de la oposición a la actitud de CiU y la aseveración de Xavier Civit en el sentido de que el conseller Gomis no le indicó que investigara el caso al haber un procedimiento judicial paralelo.•

ELECTRONICOS MARTE, s.a.

IMPORT - EXPORT

Venta de placas para videojuego

Contamos con las últimas novedades

CONSULTENOS SIN COMPROMISO

Ntra. Sra. de Guadalupe, n.º 16
(Junto plaza de toros Ventas) — MADRID
Tels.: (91) 361 29 43 - 355 86 63
Fax (91) 361 29 73

La eximente de ludopatía, considerada por los tribunales

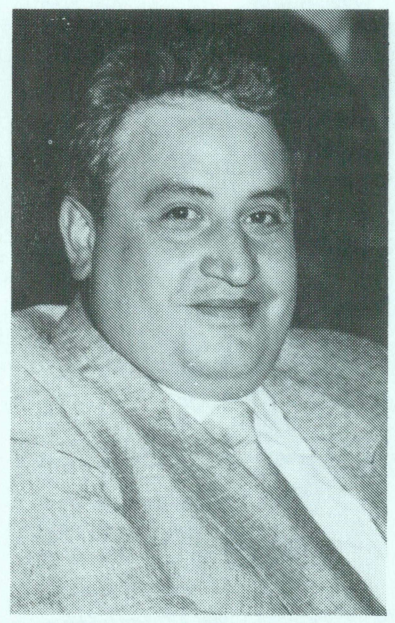
El exdirector de una oficina bancaria de Banesto en Teruel ha sido condenado a cuatro años y cuatro meses de prisión menor y una multa de medio millón de pesetas por los delitos de falsificación de documentos y apropiación indebida.

Hasta aquí nada anormal, pues los desfalcos no se descubren en este caso. La novedad del mismo es que la Audiencia provincial de Teruel ha condenado al tal Lorenzo Salmerón, pero ha incluido la eximente de *«ludopatía»* del condenado por su propensa adicción a los juegos de azar.

La noticia sorprende en tanto que los propios especialistas médicos de los enfermos patológicos del juego han negado reiteradamente la utilización de ese concepto. Una decisión que partiendo de la Audiencia turolense constituye un significativo precedente.•

Madrid

Pérez Redondo, presidente de OPEMARE



Francisco Pérez Redondo

La junta directiva de OPEMARE resultante de la reciente convocatoria electoral ha decidido designar a Francisco Pérez Redondo como nuevo presidente de la asociación de operadores madrileña, OPEMARE.

Pérez Redondo toma el relevo del hasta ahora presidente, Salvador Martínez. Hasta la fecha el nuevo titular de la agrupación madrileña ocupaba un puesto de vocal en la Directiva.

La composición de la Junta queda compuesta por Pérez Redondo como presidente, Cristina Cerezo en la vicepresidencia, José Alfonso Suárez como secretario y Cecilio Hernández, Mariano Casado, Juan Andrés Ortiz Ferriz, Félix Hidalgo, Juan Manuel Fernández Morcuende y Encarnación Moreno en las distintas vocalías.

Pérez Redondo afronta un período difícil para el sector del recreativo en general y con serias contradicciones en las tareas administrativas de la Delegación del Gobierno en Madrid.•

Posible factoría de Sega en España

Sega Enterprises analiza en estas fechas la posibilidad de implantar un centro de ensamblaje en España, que tendría como fin último la ampliación de su nivel de producción de videojuegos.

En cualquier caso, la decisión que pueda tomar la compañía nipona respecto de nuestro país deberá superar las aspiraciones que Francia, Reino Unido y Alemania también han depositado en esta posibilidad.

Aunque es cierto que la mayor parte de la producción tendrá como punto de destino el mercado de las consolas de videojuegos, no es menos cierto que la instalación de una planta industrial alentaría la centralización de aquellas otras placas destinadas a *«coin-up»* que actualmente proceden de Japón con un importador de por medio.

Sin embargo, el comienzo de estas actividades podría realizarse en cooperación con empresas ya instaladas y que tengan una actividad relacionada con la producción de placas de videojuego.

Desde que Sega Consumer llegó formalmente a España esta compañía de capital japonés ha facturado por valor de 4.857 millones de pesetas obteniendo unos beneficios de 500 millones de pesetas. Las expectativas de ventas para el ejercicio de 1992 señalan unas ventas por valor de 20.000 millones de pesetas.

Precisamente Sega ha instalado un número importante de máquinas recreativas de

Francia, Alemania y Gran Bretaña también aspiran

videojuego en el parque de Euro Disney, en las proximidades de París. Además, todas las habitaciones de los complejos hoteleros repartidos por esta instalación lúdica cuentan con cónsolas con el inconfundible sello de Sega.

Las previsiones de Sega apuntan a que la producción anual de los complementos y accesorios para las cónsolas proporcionarían en los centros europeos unos ingresos por valor de 6 millones de cartuchos al año.

La presencia de la marca Sega en España se reomenta a un año atrás.•

Coca-Cola gana una batalla en la guerra de las colas

El contencioso coincide con la presentación del nuevo logotipo de Pepsi en España

El anuncio de Pepsi-Cola, difundido en España durante 1991 y protagonizado por el popular cantante M.C. Hammer ha sido paralizado por publicidad desleal e ilícita, después de la denuncia presentada la multinacional Coca-cola.

El juzgado de Primera Instancia número 44 de Madrid ha estimado que el anuncio de Pepsi-Cola supone publicidad comparativa.

La nueva imagen es la octava adoptada por la empresa

Este tipo de publicidad está permitida en Estados Unidos pero no en nuestro país.

El anuncio de Pepsi-Cola, que estaba siendo emitido en Estados Unidos, fue trasladado a España.

El anuncio se inicia con una canción de M.C. Hammer y música de fondo. Su voz se transforma cuando le dan un refresco distinto al de Pepsi-Cola, en un vaso en blanco que resulta ser de Coca-Cola.

Este episodio es uno más de la batalla que lideran estos dos gigantes de la cola, no sólo en Estados Unidos, sino también en el mercado europeo y en el mercado español.

La multinacional norteamericana Coca-Cola posee el monopolio del mercado español de la cola.

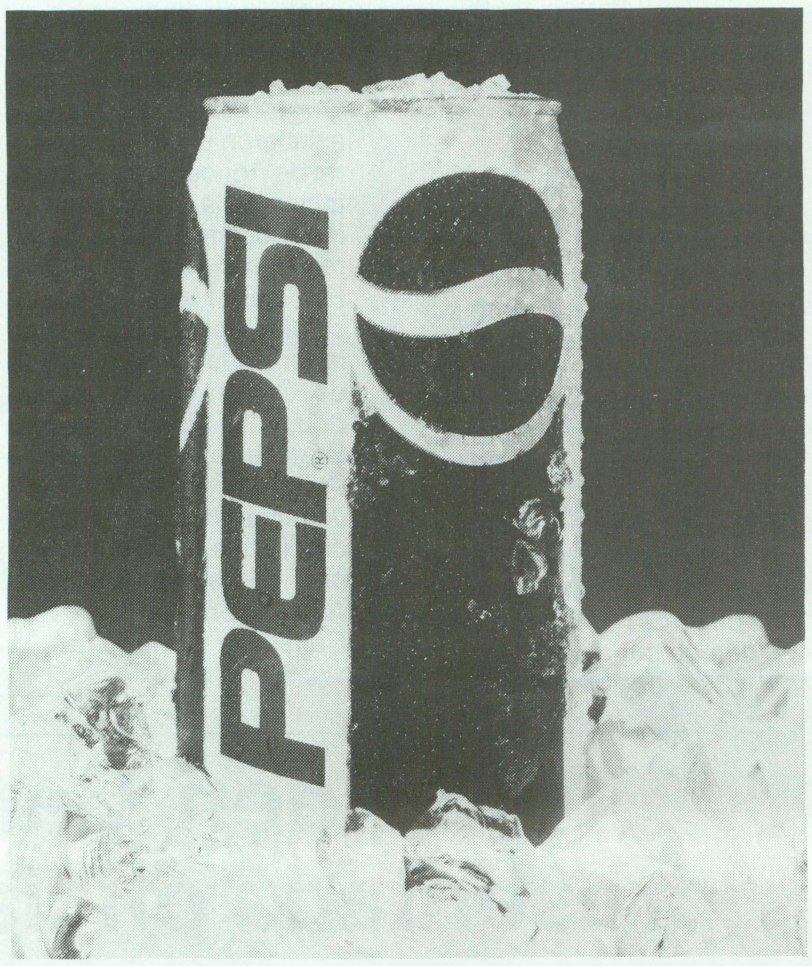
Coca-Cola es el primer grupo de refrescos con 1.437,6 millones de litros y con una cuota de mercado del 51 por ciento.

Esta empresa controla el 80 por ciento del mercado de colas, el 40 por ciento de sabores Fanta, y es el segundo grupo en tónica y lima-limón con marcas como Finley y Sprite.

El mercado español es el decimocuarto más importante del mundo para la multinacional norteamericana en los refrescos de cola.

Pepsi-Cola en España está asociada al grupo Kas, filial del BBV. La empresa norteamericana posee una cuota de mercado en nuestro país del 7,3 por ciento, con 207,7 millones de litros.

Pepsi-Cola es líder en los sabores lima-limón con una cuota del 55 por ciento a través de su marca Seven Up.



Los grafismos comunican sensación de movimiento

Inversiones

En los últimos cuatro años, la multinacional Coca-Cola ha invertido en España unos 15.149 millones de pesetas en campañas de publicidad.

La inversiones ha sido constantes. Si bien la empresa invirtió en 1988 unos 3.325 millones de pesetas, en 1989 unos 3.539, en 1990 alrededor de 4.508, y el pasado año 3.777 millones, sin incluir las promociones.

Pepsi-Cola, por el contrario, presenta una evolución creciente en las inversiones de publicidad.

La empresa invirtió 472 millones de pesetas en 1988, unos 652 millones en 1989, y 1.013 millones en 1990.

Imagen

Pepsi-Cola de España ha presentado su nuevo logotipo y diseños de envases para sus productos, que se introducirán en toda España durante las próximas semanas.

Los nuevos grafismos de Pepsi, Pepsi Light y Pepsi sin Cafeína fueron introducidos en Estados Unidos, Australia, Japón y Gran Bretaña a finales de 1991.

Está previsto que la incorporación del nuevo logotipo en el mercado europeo se complete a finales de este verano. En el mercado internacional las fechas se alargarán hasta finales de año.

El nuevo logotipo se incorporará a todos los elementos visibles de la compañía, desde envases hasta máquinas de dispensing, grifos y material de punto de venta.

«Este logotipo tiene un planteamiento con visión de futuro, que nos aproxima al siglo XXI», ha manifestado el director general de Pepsi-Cola de España, John Derkach.

«Estamos entusiasmados con el nuevo logotipo. Resalta de tal forma en el lineal que el consumidor no puede ignorarlo»

«Conocemos por anticipado que la respuesta del consumidor será muy positiva, ya que ofrecemos un gran sabor ligado a una imagen joven», ha afirmado el director de Márketing en España, Nick Harrison.

Esta nueva imagen, más lisa, con una línea más aerodinámica, es la octava adoptada por completo al último logotipo que se introdujo en 1973.

Los grafismos comunican un sentido de movimiento a través de modernas letras itálicas dispuestas verticalmente en las latas y horizontalmente en las botellas.

Los diseños de los envases de otros productos de Pepsi-Cola Internacional, como Seven Up, no cambiarán.

Pepsi-Cola de España ha sido la compañía con el mejor incremento durante 1991 en el sector de refrescos, contando con un crecimiento del 7 por ciento frente al 2 por ciento total del sector de refrescos.

Pepsi-Cola International es la división internacional de refrescos PespiCo, compañía multinacional de productos de consumo, que cuenta con una facturación de 19,3 billones de dólares, alrededor de los 1.930.000 millones de pesetas.

Pepsi-Cola de España está integrada por tres divisiones que operan con independencia entre si. Las compañías que forman el grupo PepsiCo en España son

PepsiCo factura anualmente 19,3 billones de dólares

Pepsi-Cola de España, Productos PepsiCo (Matutano, Sonrics), KFC España (Kentucky Fried Chicken) y Pizza Hut España.

Pepsi-Cola de España ha consolidado la mayor parte de su negocio de embotellado asociándose con el BBV y Kas. Esta asociación de empresas se denomina KESA.

Además de las marcas Pepsi, KESA también distribuye su propia línea de refrescos y zumos bajo la marca registrada KAS.●

Ascienden las ventas de PepsiCo

PepsiCo ha alcanzado unas ventas de unos 4,6 billones de dólares, durante el primer trimestre de 1992, que representan un aumento del 11 por ciento, respecto a los resultados obtenidos durante este mismo periodo de tiempo el pasado año.

PepsiCo, con sede en Purchase, Nueva York, está integrada por refrescos, aperitivos y restaurantes.

Sus ramas de negocio son Pepsi-Cola Internacional, Pepsi-Cola North America, Frito-Lay (Pepsico Foods International), KFC (Kentucky Fried Chicken), Pizza Hut, Taco Bell y PepsiCo Wines y Spirits.

«Este trimestre ha marcado un fuerte inicio para Pepsico en 1992», han manifestado el director ejecutivo de PepsiCo, Wayne Calloway.

Los aperitivos han obtenido unos beneficios del 17 por ciento, con 205,1 millones de dólares, mientras que las ventas han alcanzado 1,3 billones de dólares, con un aumento del 6 por ciento.

Los aperitivos han obtenido un beneficio del 17 %

Polonia, Australia y México han sido los principales compradores de estos productos.

El segmento de bebidas de PepsiCo ha alcanzado unas ventas de 1,5 billones de dólares, con un incremento del 10 por ciento.

Por el contrario, los beneficios han descendido un 3 por ciento, con casi 157 millones de dólares.●

Un rosado Chivite entre los mejores

España presentó cincuenta vinos en el concurso

El vino rosado Gran Feudo cosecha 1991 de Bodegas Chivite ha quedado clasificado entre los tres mejores del mundo en la 7ª edición del concurso «Selections Mondiales», celebrada recientemente en Montreal, Canadá.

Estas renombradas jornadas de degustación y cata, organizadas por la «Societé des Alcools de Quebec» (S.A.Q.) a las que concurren los mejores vinos del mundo, gozan de prestigio internacional y sus resultados están avalados por una rigurosa mesa de jueces de rango internacional.

En esta ocasión, un panel de catadores de diecisiete nacionalidades sometió a prueba a los 1.618 vinos de 34 países que habían entrado en concurso en las distintas categorías de cata.

España, que presentó cincuenta vinos, consiguió hacerse con una preciada y única medalla mediante concurso directo gracias al Gran Feudo de Bodegas Chivite.

Bodegas Chivite presentó a principios de año su vino 125 Aniversario, Gran Reserva 85, un tinto original, con firma de autor y de producción limitada.

Bien estructurado, maduro y vivaz, a consecuencia de su cuerpo y acidez relativa, en el paso de boca demuestra una amplia riqueza de matices afrutados, con dejes a nuez, especias y bayas de frutos rojos.

Por vía retronasal mantiene una excelente persistencia, demostrando la voluptuosidad propia de un vino complejo y elegante, en el que se armonizan los sabores del vino con el bouquet de su crianza en madera.

125 Aniversario, Gran Reserva 85, vino único, de autor, varietal (tempranillo 100 por ciento), con 24 meses de crianza en barricas de roble, firmado por manos expertas, supone un hito en el mundo de tintos de alta calidad, dejando en evidencia la capacidad de Bodegas Chivite, para marcar con un sello diferencial todas y cada una de sus elaboraciones.

Un vino que cuenta con el antecedente mítico de la cosecha 1981, que sólo elabora ocasionalmente con añadas consideradas excepcionales dentro de la zona.●

Cruzcampo continúa produciendo más

Mahou y San Miguel ganaron cuota de mercado a Cruzcampo, El Aguila y Damm durante 1991. La producción de cerveza descendió un 3,18 por ciento durante el pasado año al totalizar 2.644, 6 millones de litros.

La producción de Cruzcampo fue de 740,7 millones de litros (-3,37 %) representando el 28 por ciento de la cuota de mercado.

El Aguila cuenta con una producción de 474,0 millones de litros (-3,29 %) y una cuota de mercado del 17,92 por ciento. El nivel de Damm sumó 440,5 millones de litros (-4,99 %) y una proporción del 16,66 por ciento.

Mahou produjo un total de 427,3 millones de litros (-1,17 %) y un nivel del 16,16 por ciento.

Por último, San Miguel con una producción de 366 millones de litros (-1,41 %) dispone de una cuota de mercado del 13,84 por ciento.●

Asociación cultural para promover el vino

La Asociación de Jóvenes Empresarios y Amigos de los vinos de Madrid ha sido presentada en el marco ofrecido por el Salón VIBEXPO, celebrado recientemente en Madrid.

Al acto, celebrado en el stand del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Vinos de Madrid, asistieron el director general de Agricultura y Alimentación de la Comunidad de Madrid, Ismael Díaz Yubero, la presidenta de VIBEXPO, Isabel Mijares, el presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Vinos de Madrid, Félix Martínez López-Brea, el presidente de la Federación Nacional de Jóvenes Amigos del Vino, Jordi Melendo García, y el presidente de la nueva Asociación, Mario Barrera Calles.

Esta Asociación, constituida el pasado mes de marzo, nace con el objetivo de difundir la cultura del vino y promocionar el consumo del mismo entre la juventud.

Este colectivo quiere difundir la enología madrileña

Tras finalizar la presentación tuvo lugar una degustación y cata de los Vinos, cuya denominación de origen procede de Madrid.

El aspecto más significativo de esta iniciativa es la promoción entre la juventud de esta actividad lúdico-cultural.●

«Golden Card», presentada oficialmente

El nuevo producto SEGASONIC, la máquina «B» «Golden Card», está siendo presentada a nivel de toda España a lo largo de todo el mes de junio.

Esta nueva aportación en el segmento de las «B» representa la confirmación de los éxitos de sus precedentes «Gold Run», «Golden Chip» y «Joker Chip», puesto que recupera algunas de las características que convirtieron en líderes de recaudación a aquéllas.

Así, por ejemplo, incorpora el sistema de cartas o el acceso al juego mediante un *«doble comodín»*.

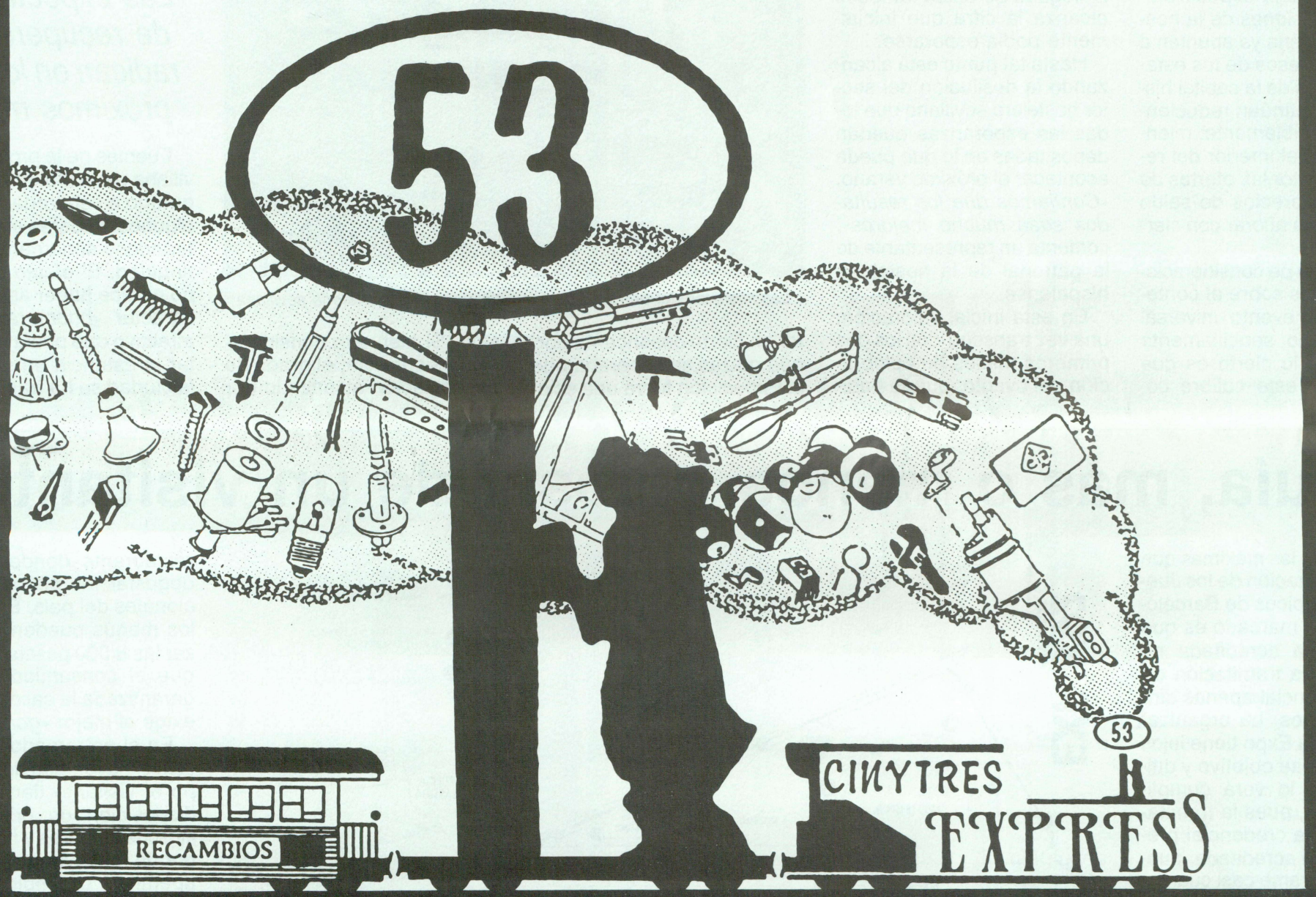
Durante la presentación realizada en la comercial PLAY MEX de Barcelona, el director comercial de SEGASONIC, Manuel Velázquez, se mostró enormemente confiado en el futuro éxito de esta nueva propuesta, que ya ha respondido con satisfacción experimentalmente en varios establecimientos donde ha sido probada.

Aprovechando la presentación de este nuevo modelo «B», SONIC brinda dos nuevas propuestas en videojuegos. Se trata del «Steel Gunner 2» y el «Exhaust Note F-1», modelos que en su puesta de largo han denotado un enorme poder de atracción. ●

«Golden Card», la singularidad de SONIC

CINYTRES

EL HIPER DEL RECREATIVO



- BILLAR
- DARDOS
- FUTBOLIN
- INFANTILES
- PIN BALL
- VIDEO
- TIPO B
- COMPONENTES ELECTRONICOS
- ELECTRICIDAD - ILUMINACION
- LIBRERIA TECNICA DE C.I.
- HERRAMIENTAS MAQUINA A-B
- INSTRUMENTACION LABORAT
- MANUTENCION DE ALMACENES
- INFORMATICA - MAT. OFICINA

Valdecanillas, 45 - Tel. (91) 327 11 16 - Fax. (91) 327 11 46 - 28037 Madrid

Hostelería se pregunta dónde está el chollo de la Expo

Las ofertas proliferan en los kioskos repartidos por la exposición y la demanda en bares, a la baja

El grupo de empresas Ever que posee la exclusiva en la venta de flores ha tenido que reducir casi a la mitad su plantilla ante el incumplimiento de sus previsiones de ventas. La medida afecta a 100 de los 240 trabajadores con que se inició la exposición.

Las previsiones de la hostelería sevillana ya apuntan a que los ingresos de los establecimientos de la capital hispalense continúan reduciéndose ostensiblemente, mientras que en el interior del recinto expositor las ofertas de comidas a precios de saldo comienzan a aflorar con cierta profusión.

Al margen de consideraciones formales sobre el contenido de este evento universal (*por otro lado, sencillamente* fantástica), lo cierto es que hechos de este calibre comienzan a reproducirse con cierta asiduidad.

Convertida en capital del mundo por espacio de ocho meses, aquéllos que confiaban en hacer el agosto con la llegada de miles de turistas, también se percatan de que la llegada de éstos tampoco alcanza la cifra que inicialmente podía esperarse.

Hasta tal punto está alcanzando la desilusión del sector hostelero sevillano que todas las esperanzas quedan depositadas en lo que pueda acontecer el próximo verano. «*Confiamos que los resultados sean mucho mejores*», comenta un representante de la patronal de la hostelería hispalense.

En esta inicial valoración, una vez transcurridos los dos primeros meses de celebración del evento, puede habitar un cierto desencanto porque quizás se esperaba que la Exposición fuera una eclosión. Si bien esa consideración es correcta, el grado de especulación alcanzado por los precios en la mayoría de los establecimientos que se relacionan con las actividades propiamente turísticas no está siendo el esperado.

Las ilusiones del principio parecen alejarse de la hostelería sevillana

Las expectativas de recuperación radican en los tres próximos meses

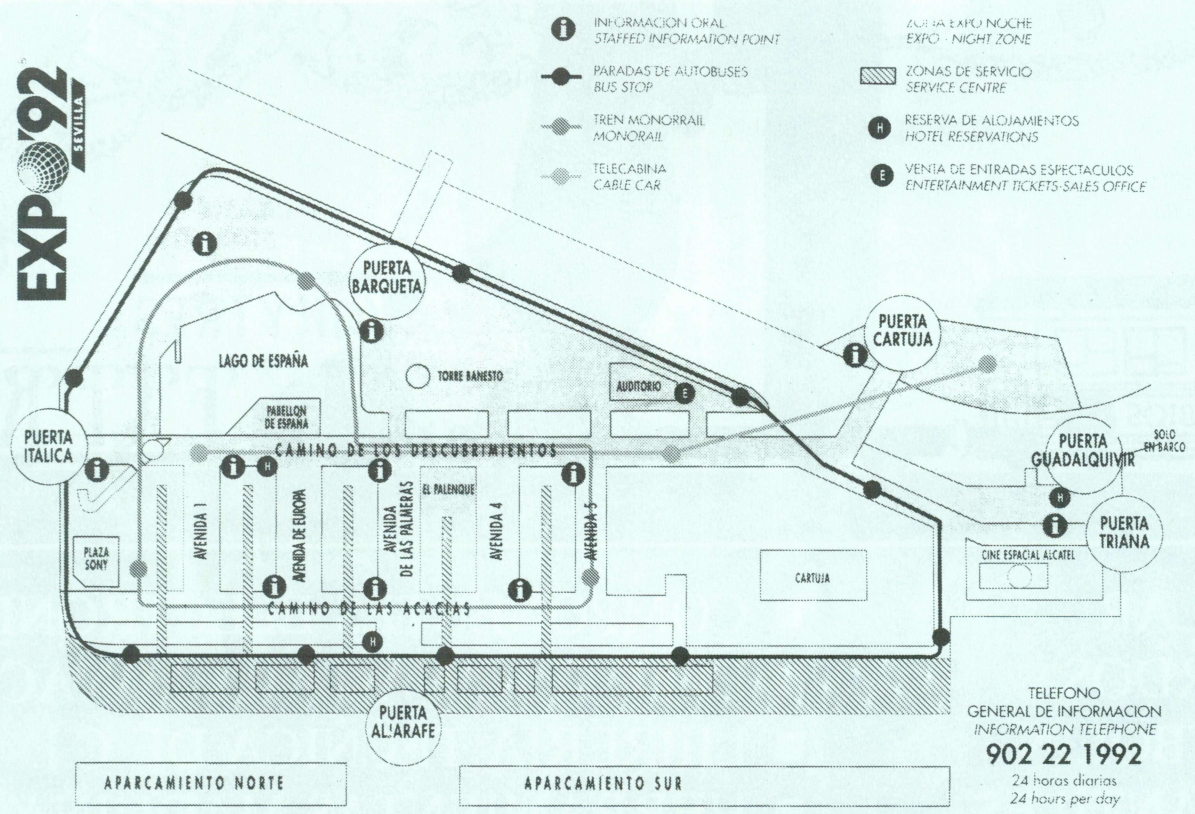
Fuentes de la provincial sevillana de hostelería han asegurado a esta redacción que algunos de bares están planteándose seriamente la continuidad. El efecto de la Expo parece haber asumido un carácter «*boomerang*» y el atractivo que podía representar la estancia en un bar de la ciudad se ha trasladado al

Guía, más o menos ociosa, de un visitante

Una de las máximas que la organización de los Juegos Olímpicos de Barcelona se ha marcado es que la prensa acreditada no demore la tramitación de su credencial apenas cinco minutos. La organización de la Expo tiene lejos todavía ese objetivo y difícilmente lo verá cumplimentado, pues la tramitación de la credencial previamente acreditada, puede demorarse casi cuarenta minutos.

Luego, puedes tener el infortunio de que no haya planos de la exposición con la ubicación de los diferentes pabellones y únicamente accedan a facilitar una fotocopia que para mayor desgracia no alcanza a cubrir la totalidad de la isla de la Cartuja.

Superados estos inconvenientes, el visitante se adentra en un laberinto de reclamos y posibilidades por descubrir. Todos los pabellones poseen un encanto especial. Los descubrimientos, bajo cuyo lema se organiza la Expo, dan pie a combinar la sugerente fantasía del país que se visita con la propia realidad turística del mismo.



Plano aproximado de la isla de la Cartuja, escenario de Expo'92

Las colas pueden convertirse en el mayor contratiempo el visitante, sobre todo si su tiempo es limitado y la principal aspiración es recorrer cuantos más pabellones, mejor.

Canadá, Japón, Australia, Rusia, España, Arabia Saudí, Marruecos, Alemania, México, América, ... son algunos de los puntos inequívocos donde la paciencia del visitante debe ir bien acompañada de ilusión.

Sin embargo, son los denominados «*temáticos*» los que en última instancia permitirán profundizar en una tónica de fantasía. Ejemplos son el de la Navegación, la Naturaleza, el Universo, el Futuro y las Telecomunicaciones. Todos ellos dignos exponentes de la ambición de la imagen y la comunicación.

En Expo'92 prácticamente todo está diseñado para gustar. La mayoría de los pabellones posee un apartado destinado a bar y restaurante donde poder degustar los platos tradicionales del país. En ellos los menús pueden alcanzar las 8.000 pesetas, aunque el consumidor tiene garantizada la calidad que exige el mejor «*gourmet*».

En el entramado de las calles y avenidas de la Expo el visitante tiene a su disposición un crisol de kioscos de bares y helados donde desayunar, tomar aperitivos o simplemente beber un refresco.

Al llegar la tarde el visitante de la exposición tiene una cita casi ineludible con la cabalgata llena de ingenio, ironía y espectacularidad. Por supuesto, son numerosos los pabellones que en función del día y la época del año diseñan sus propias atracciones.

Por último, todas las noches a partir de las diez y media, el espectáculo de fuego y colorido convierte el gran lago de España en un efecto de color e imagen que no puede obviarse.

La Expo merece una visita, a ser posible con cierto detenimiento. No defrauda. •

interior del recinto de la Cartuja.

A falta de configurar un estudio fiscal pormenorizado, la patronal sevillana estima que el global de bares, cafeterías y restauración recaudará menos del 60 por ciento de los ingresos previstos en un principio.

De esta manera, empeoran los pronósticos adelantados por «ER» el pasado mes de abril que perfilaba una disminución de los ingresos de restauración del 40 por ciento.

Las esperanzas quedan depositadas ahora en una previsible recuperación durante los meses de verano y septiembre.

Tampoco en el recinto de la Expo las cosas están mucho mejor. El atractivo de los restaurantes inscritos en los propios pabellones están llevando a mal traer aquellas concesiones repartidas a lo largo de la superficie de la isla.

Las ofertas de paellas y bocadillos con gran alarde tipográfico, a semejanza de lo que puede encontrarse en cualquier playa del litoral, son una realidad. Así, por ejemplo, a principios del mes de junio la paella podía cotizarse a 875 pesetas.

Desde las terrazas de los kioskos repartidos por la superficie de la Expo se observa un espectáculo continuado

Cada uno de los pabellones combina un apartado cultural con otro lúdico. En la imagen la actuación de un grupo venezolano

La patronal calcula una pérdida de ingresos cercana al 60 %

En la superficie de la Expo se distinguen 37 restaurantes que ocupan una extensión total de 20.3190 metros cuadrados.

Los bares, cafeterías y cafeterías-bares totalizan 22 centros con 5.387 metros cuadrados y una clara preponderancia para las cafeterías.

Los 6.400 metros cuadrados ocupados por 124 kioskos de bebidas se añaden a 19 unidades móviles y un centenar de carritos móviles.

Sabido es que los hoteles han tenido que reducir sensiblemente sus precios, pero lo cierto es que la crisis prevalece en beneficio de los campings, cuya ocupación es enorme en los alrededores de la exposición.●

El Rioja conquista el mercado sueco

El vino de Rioja Gran Reserva, Faustino I, de la cosecha 1985 de Bodegas Faustino Martínez ha conseguido un hecho destacable en la exportación de vino Rioja.

El Monopolio Estatal Sueco ha puesto a la venta el vino de la bodega riojana al mismo tiempo, en toda la red de 300 tiendas que este organismo tiene estratégicamente repartidas por todo el país. Es lo que se llama un «listado general».

Los ciudadanos suecos sólo pueden adquirir bebidas alcohólicas en las 300 tiendas, anteriormente mencionadas.

Francia sigue siendo el país que más vino Gran Reserva ha exportado en el mercado internacional.

Tal y como informamos en ER, Bodegas Faustino Martínez ha exportado casi el 33 por ciento de todo el Gran Reserva y el 15,7 por ciento de todo el Reserva del total de las exportaciones de los vinos Rioja, durante 1991.

La bodega, ubicada en la localidad de Oyón, es una de las empresas más firmes del sector vinícola.●

Julián Chivite domina el sector de vino embotellado

Los vinos embotellados amparados bajo la Denominación de Origen Navarra han aumentado sus ventas en un 19,4 por ciento, con 5,6 millones de litros, durante el primer trimestre del presente año.

La bodega navarra de Julián Chivite ha sido la empresa con más ventas del sector.

Asimismo, las firmas Señorío de Sarriá, Vinícola Navarra y Cenalsa han tenido unas considerables ventas de vino embotellado.

Mientras que las ventas de vinos embotellado de Denominación de Origen Navarra han aumentado un 20 por ciento en el mercado interior, las exportaciones crecieron un 16 por ciento.●

Cruzcampo diseña un nuevo logotipo

La empresa cervecera ha tenido una evolución espectacular

El grupo cervecero Cruzcampo ha creado un nuevo logotipo identificador de la empresa, debido a la reestructuración que el grupo Guinness está llevando a cabo en España.

La nueva imagen corporativa ha sido diseñada por Vierka.

El grupo británico Guinness posee desde 1991 el 90 por ciento del capital accionaral de Cruzcampo, mientras que el 10 por ciento restante está en manos de la danesa Carlsberg.

Cruzcampo tiene una capacidad de llenado en una hora de más de 275.000 botellas y 1.200 barriles de 50 litros.

La empresa cervecera ha tenido una evolución espectacular desde su creación en 1904. Cruzcampo cuenta con dos plantas industriales en Sevilla y una en Ciudad Real, Jaén, Madrid, Valencia y Málaga, dotadas de la más avanzada tecnología.

Las instalaciones de la sede de Cruzcampo en Sevilla ocupan 170.000 metros cuadrados, convirtiéndose en uno de complejos industriales más importantes de Andalucía.

La empresa facturó 130.000 millones en 1991

Cruzcampo, empresa líder del sector, facturó 130.000 millones de pesetas, durante el ejercicio de 1991.

Los beneficios asociados ascendieron a unos 11.000 millones de pesetas.

Guinness

El grupo británico Guinness está llevando a cabo una reorganización de sus nueve empresas en España, con el fin de establecer una nueva estrategia comercial unitaria.

Guinness es líder en el mercado español con una cuota de mercado del 29,3 por ciento, tras las compras del grupo Cruzcampo, Unión Cervecera, y el 30 por ciento de la cervecera canaria Sical.●

Las exportaciones de cognac aumentan en España

Las exportaciones de cognac destinadas a nuestro país han alcanzado las 327.007 botellas, con un valor de 30.303.834 millones de francos franceses, durante el ejercicio de 1991.

Estas cifras representan un incremento del 5,3 por ciento respecto a los resultados obtenidos el año anterior.

El cognac V.S.O.P. (Very Superior Old Pale), que tiene un gran arraigo en el mercado español, ha aumentado el valor de las exportaciones destinadas a España en unos 30 millones de pesetas, es decir, en algo más de un millón y medio de francos, respecto a 1990.

En términos generales, el volumen de las exportaciones de cognac V.S.O.P. ha aumentado casi un 6 por ciento, mientras que el valor se ha incrementado en un 13 por ciento.

Este licor supone el 75% de las expediciones de espirituosos

El cognac tres estrellas representa el 18 por ciento del volumen total de las exportaciones y el 12,2 por ciento del valor de las mismas.

La exportación de cognacs de muy alta gama ha alcanzado las 88.358 botellas.

Estas cifras representan el 33 por ciento del total importado, es decir, el 48,5 por ciento del valor con cerca de trece millones de francos.

La Denominación de Origen Cognac ocupa los departamentos franceses de Charente y Charente Maritime, además de dos zonas ubicadas en Deux Sèvres y Dordogne.

Los viñedos amparados bajo esta denominación se extienden en 80.000 hectáreas de terreno.

El cognac representa el 75 por ciento de las exportaciones francesas de licores espirituosos.

Esta es una de las industrias francesas más consolidadas.●

Añada excepcional de Miguel Torres

Las excelentes condiciones climáticas de 1991 han puesto de relieve las ventajas de los viñedos de Miguel Torres, con una añada excepcional.

Las abundantes lluvias, unas temperaturas estivales suaves y el buen estado sanitario de los viñedos han propiciado una cosecha de una calidad extraordinaria. Las heladas de la primavera han sido el único aspecto negativo de esta campaña.

Las pérdidas de la vendimia en las variedades de Chardonnay, Gewürztraminer, Pinot Noir, Riesling o Sauvignon Blanc han sido solamente de un 30 a un 40 por ciento.

El Chardonnay se empezó a vendimiar la primera semana de septiembre. Posteriormente, se vendimiaron las variedades tintas tradicionales como el Tempranillo, Garnacha y Cariñena.

Las dos primeras han dado lugar a vinos suaves de una gran calidad y color muy intenso.

La Cariñena del Penedés central ha presentado una calidad aceptable, pero no así la de la costa, que resultó afectada por las lluvias.

Las heladas han sido el aspecto negativo de la campaña

El Savignon Blanc, con una excelente acidez, ha alcanzado una gran calidad. El Gewürztraminer presentó un bello color rosado y una gran riqueza aromática.

Los Merlots garantizan las cualidades tradicionales del vino Las Torres.

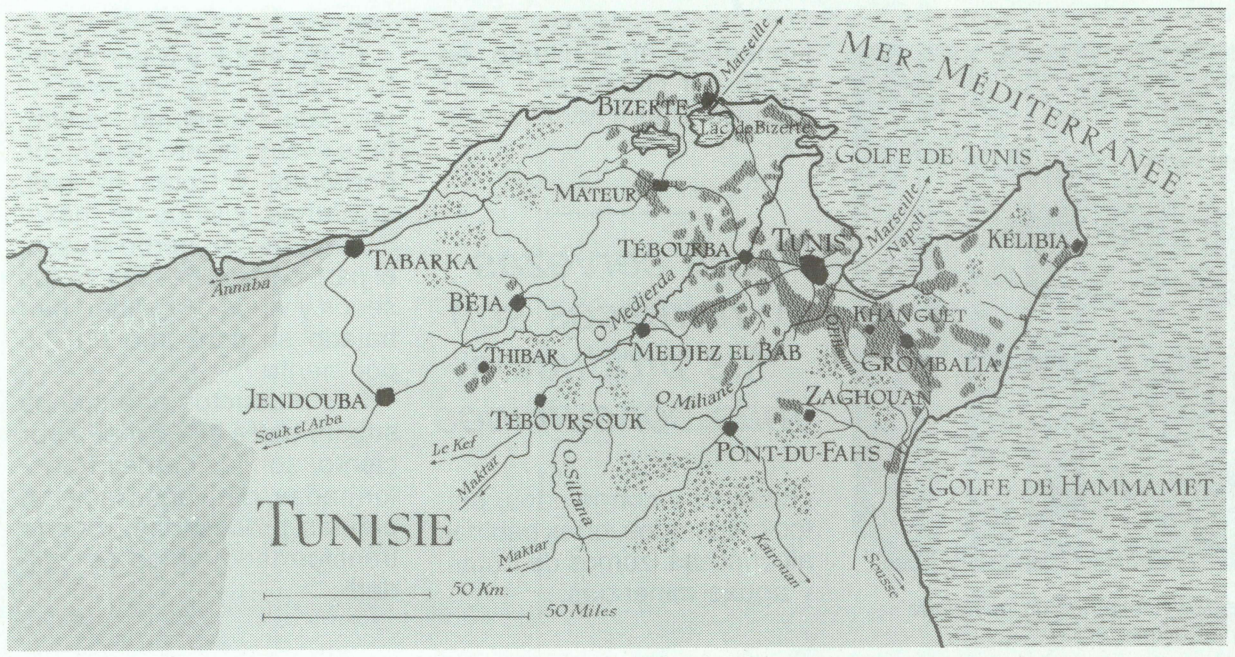
El hecho de que la vendimia de Pinot Noir resultó muy escasa permite alcanzar un alto nivel cualitativo.

Algunas parcelas de uva Riesling se dejaron madurar por un periodo extra de varias semanas. El resultado han sido mostos de gran riqueza aromática.

Finalmente, también ha sido un buen año para la variedad Parellada, con una buena acidez y con aromas superiores a los años anteriores.●

Las vides del Mahgreb, una bodega para Occidente

La producción de vinos de estas tierras se encuentra ligada a las contigencias del país



Kelibia es el primer viñedo que se descubre desde el oeste

El suelo, el clima y el pasado histórico del Mahgreb se asemejan mucho más estas regiones a las orillas europeas del Mediterráneo Occidental, que al resto del continente africano.

La rivalidad permanente entre los pueblos sedentarios y los nómadas, entre la Cristiandad y el Islam, entre el orden político y el económico, son algunos de los rasgos significativos de la aparición y desaparición periódica de la viña en estos países.

Roma emprendió la colonización de Africa. Las legiones romanas emplearon su talento de agricultores, constructores y viticultores en estas tierras, que se convirtieron en la bodega del Imperio.

Siglos más tarde, los musulmanes venidos de Arabia emprendieron la conquista de Africa del Norte y su conversión al Islam.

La viña retrocedió ante la creciente islamización, ya que el Corán prohibía el consumo de vino.

En la actualidad, la existencia del viñedo en el Mahgreb se encuentra estrechamente ligada a contingencias de carácter económico y político.

Túnez

El puerto de Kelibia es el primer viñedo que se descubre cuando se aborda el litoral tunecino por el oeste.

Su uva, Moscatel de Alejandría, produce un vino lleno de savia e impregnado de los perfumes de Oriente.

Pero es en Cartago donde debemos atracar para penetrar de lleno en el gran viñedo tunecino.

El colono europeo introdujo en estas tierras viñedos como la Garnacha, Cinsault, Carignan, Alicante-Bouschet, Murviedro, Moscatel, Nocera, Pinot Noir, y Cabernet, todos ellos tintos.

En la antigua Cartago se ubica el gran viñedo tunecino

Pedro Ximénez, Semillón, Sauvignon, Beldi, Clairette de Provence, Ugni, Merseguera, Moscatel de Alejandría, Frontigan y Tecracina, son las variedades empleadas en la elaboración de vinos blancos.

La legislación tunecina protege tres tipos de vino. El vino superior de Túnez, tinto, rosado o blanco, cuya edad debe ser por lo menos de un año, el moscatel de Túnez, y los vinos finos del país, como el Rades y el Kelibia.

Argelia

Argelia es uno de los principales países vitícolas del mundo.

La viña es el verdadero motor de la economía argelina.

La repartición del viñedo en Argelia es muy irregular, debido a la altitud del terreno.

Mientras que los vinos del llano son ligeros y no aptos para envejecer, los vinos de montaña son robustos, ricos, pesados y espesos, y los vinos de ladera son finos, vivos y delicadamente aromáticos.

Los viñedos cultivados en Argelia proceden de Europa, a excepción de algunas plantas indígenas como el Hasseroum, Grilla o Farhana.

Los vinos tintos argelinos son robustos y con un elevado grado alcohólico.

Estos caldos provienen de variedades como el Cargnan, Cinsault, Alicante-Bouschet, Moscatel, Murviedro, Gamay, Pinot Noir y Cabernet.

Los vinos blancos son por lo general de buena calidad, robustos, alcohólicos y perfumados por los viñedos Clairette, Garnacha, Ugni Blanc, Faramon, Macabeo y Merseguera.

En el este de Argelia, el vino de Annaba es suave, con cuerpo y de vivo color. La región de Constatina produce vinos de excelente constitución, siendo los de Batna y Lambese los más suaves y robustos.

El Coteaux de Mascara es el mejor vino de Argelia

Los mejores vinos de esta región son los Beni-Melek, cuyos caldos blancos son estimados por su vigor y robustez.

En la región de Constancia, los viñedos de la Pequeña Kabilia producen vinos ligeros, vivos y francos de color, a los que falta acidez y cuerpo.

El departamento de Argel y Tizi-Ouzou, en el centro de Argelia, es la segunda región de importancia vinícola.

Esta región produce vinos tintos muy equilibrados. En la zona litoral los vinos son frescos, agradables y afrutados.

Los viñedos de El Asnam dan sólidos caldos, con nervio y de vivo color.

Los finos más reputados de esta región son los Côtes du Zaccar, relativamente robustos, con nervio, similares a los de las Côtes du Rhône en Francia.

Mostaganem, en el oeste de Argelia, se producen los vinos Coteaux de Mascara, considerados los mejores vinos del país. Se trata de un vino generoso y robusto, que envejece admirablemente.

El departamento de Tlemcén y de Saida, limítrofe con Marruecos, produce vinos, de los que el más reputado es el Coteaux de Tlemcén.

Marruecos

En Marruecos, que conoce la viña desde tiempos remotos, la mayoría de los vinos son tintos o rosados. Sólo una pequeña cantidad son blancos.

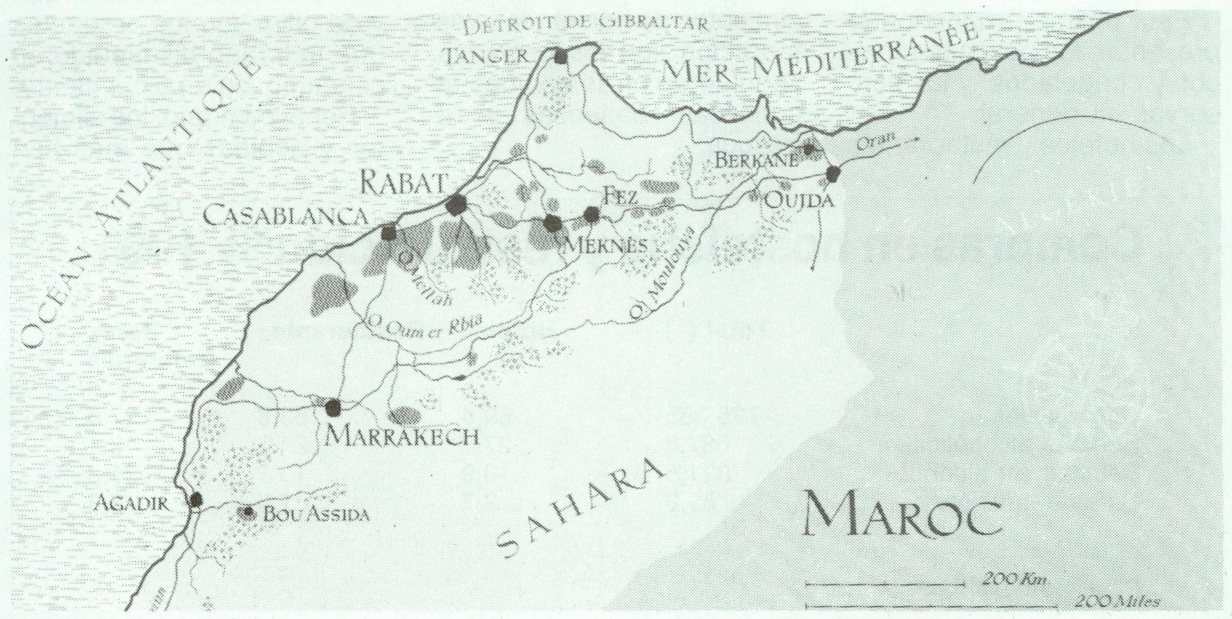
Los tintos son generosos, con cuerpo, equilibrados y armónicos. Los rosados son claros, límpidos y espirituosos, con un agradable sabor afrutado. Los blancos son elegantes y cálidos, un poco pesados, y tienen mucho aroma.

Fez y Meknés producen los vinos marroquíes más reputados

Marruecos produce también vino «gris». Se trata de un caldo seco y afrutado elaborado en Boulaouane, el Jadida al sur de Casablanca, y Demnate en la región de Marrakech.

Los viñedos más extendidos son el Cinsault, Carignan, Garnacha y Alicante-Bouschet, para los tintos. Los vinos blancos son producidos con Pedro Ximénez, Plant X, Clairette y Garnacha.

Los caldos tintos de Fez y Meknés, bastante ligeros, son los más reputados de Marruecos.●



En Marrakech se produce vino «gris», una bebida seca y afrutada

Los bares destinan más de la mitad del gasto a la compra de bebidas

Las bebidas alcohólicas, zumos naturales y aguas minerales aumentan su consumo un 10 por ciento

Los alimentos comprados en los restaurantes de nuestro país suponen el 64 por ciento del valor total de la compra, mientras que estos mismos establecimientos gastan el 24 por ciento en bebidas alcohólicas, el 10 por ciento en bebidas sin alcohol y el 2 por ciento en cafés e infusiones.

Los restaurantes destinan el 64% a la compra de alimentos

En los hoteles el gasto en *alimentación supone el 59* por ciento. Las bebidas alcohólicas representan el 27 por ciento, las no alcohólicas el 11 por ciento y los cafés e infusiones menos del 3 por ciento.

Los bares y cafeterías son los establecimientos de hostelería que menos gastan en alimentación, con un 27 por ciento del valor total de la compra.

Estos mismos establecimientos presentan el mayor gasto en bebidas. Las bebidas alcohólicas suponen el 48 por ciento, las bebidas sin alcohol el 21 por ciento, y los cafés e infusiones el 3 por ciento.

Mientras que en los restaurantes las carnes suponen el 23 por ciento del valor total de la compra, en los hoteles este alimento supone el 19 por ciento, y tan sólo el 17 por ciento en los bares y cafeterías.

Esta misma proporción la presentan los pescados frescos y congelados, y las conservas en general.

Los hoteles y restaurantes destinan más del 7,5 por ciento a la compra de moluscos y crustáceos, mientras que los bares y cafeterías tan sólo el 3 por ciento.

Los bares y cafeterías son los establecimientos de hostelería que menos gastan en alimentación

La leche líquida es más consumida en hoteles, con un 1,8 por ciento, seguidos de los bares y otros, con un 1,6 por ciento. El menor índice lo presentan los restaurantes con un 1 por ciento del gasto total.

El consumo de pan representa entre el 2 por ciento en los bares y el 3 por ciento en hoteles y restaurantes.

El resto de alimentos, así como las frutas y hortalizas, tienen más importancia en los hoteles y restaurantes, mientras que las aceitunas y frutos secos tienen una gran presencia en los bares y cafeterías.

Productos

Los productos con mayor porcentaje sobre el valor total de la compra en establecimientos de hostelería y restauración son las cervezas, seguido de otras bebidas alcohólicas, gaseosas y refrescos.

Las carnes y transformados, productos de la pesca, y vinos presentan un porcentaje similar.

A mayor distancia le siguen la leche líquida, derivados lácteos, pan, galletas, bollería y pastelería, cafés y otras infusiones, aceites, patatas, hortalizas frescas, zumos y aguas minerales.

Los productos con menor índice de porcentaje son los huevos, chocolates y cacaos, arroz, pastas alimenticias, azúcar, miel, legumbres secas, margarinas, aceitunas, frutos secos, frutas y hortalizas transformadas y platos preparados.

Evolución

Teniendo en cuenta la evolución anual en las compras, en los últimos cinco años, las cantidades compradas de pescado fresco y leche fresca no han variado.

La carne de vacuno mayor, carne de pollo, aceite virgen y de oliva son los productos que más han disminuido su consumo, en un 5 por ciento.

Por el contrario, los alimentos y bebidas que más han aumentado su consumo, en un 10 por ciento, son otros aceites, frutas y hortalizas en conserva y congelados, platos preparados, otras bebidas alcohólicas, zumos de frutas, y aguas minerales.

Las cervezas y refrescos son los productos más consumidos

Entre el 2,5 y 5 por ciento han bajado los huevos, el pescado congelado, legumbres secas, aceite de girasol, hortalizas y frutas frescas, aceitunas, y vinos de mesa.

La carne de cerdo fresca, el pan, patatas frescas, frutos secos y vinos de calidad han bajado su consumo un 2,5 por ciento.

Los productos que menos suben, entre el 2,5 y el 5 por ciento, son las carnes transformadas, derivados lácteos, patatas procesadas, tomate transformado, vinos de calidad.

Compras en hostelería y restauración % 1991

	Total (*)	Hoteles	Restaurantes	Bares Cafeterías
Comestibles	725.355	59,4	63,8	27,3
Bebidas alcohólicas	687,8	27,1	24,3	48,1
Bebidas sin alcohol	321,5	10,9	10,2	21,3
Cafés e infusiones	51,8	2,7	1,6	3,3

(*): Miles de millones

Las bebidas en lata, en Europa

El líder mundial de embalaje es Pechiney

El mercado de bebidas en lata en Europa ha alcanzado 24.735 millones de unidades, durante el ejercicio de 1991.

Reino Unido ha sido el máximo productor de bebidas en lata con 7.770 millones de unidades, seguido de Alemania con 5.340 millones de latas.

El Reino Unido es el principal productor europeo

Francia y España presentan resultados similares en su producción.

Mientras que el país galo ha producido 2.060 millones, nuestro país ha producido 1.900 millones de unidades.

El último país que ha producido más de mil millones de unidades es Holanda con 1.300 millones de latas.

Suecia presenta el menor índice de producción con 845 millones de unidades.

Los países del Este suman 250 millones de unidades producidas, cifra muy por debajo del resto de paises europeos.

El líder mundial de embalaje de este creciente sector es Pechiney.

La empresa sueca PLM estudia la construcción de una nueva planta en España.●

La carne de ovino y caprino, conservas de pescado, margarina, cerveza, bebidas y refrescos suben entre el 5 y el 10 por ciento.

Establecimientos

En los últimos cinco, el consumo alimentario se ha trasvasado del hogar a los sectores de hostelería y restauración, *consecuencia* de los nuevos hábitos alimenticios.

El número total de establecimientos de hostelería y restauración se ha incrementado un 20 por ciento.

Los bares destinan el 48 por ciento a la compra de bebidas alcohólicas

Mientras que los establecimientos de hostelería disminuyen un 2,6 por ciento, restauración, bares y cafeterías aumentan un 17,4 y un 23,7 por ciento, respectivamente.

Si bien hostelería representa el 8,5 por ciento del número total de establecimientos, los locales de restauración suponen el 17,8 por ciento.

Los bares, cafeterías y otros son los establecimientos mayoritarios, con un 73,7 por ciento del total.

Las conservas y platos preparados aumentan su presencia

El mayor número de establecimientos corresponde a la zona Noreste, con un 21,1 por ciento, seguida de Andalucía, con un 17,5 por ciento.

Centro-Sur, con un 16,3 por ciento, y Noroeste, con un 13,5 por ciento, son otras zonas que registran numerosos locales.

El menor índice lo presenta Canarias, con un 4,5 porciento, Castilla-León, con un 6,6 por ciento, y Norte y Levante, con un 9,8 y un 10,6, respectivamente.

La evolución en el número de establecimientos no ha sido uniforme en toda España.

Canarias, con un 50,1 por ciento, la zona Norte, con un 41,9 por ciento, Noroeste, con un 30,4 por ciento, y Andalucía, con un 34,5 por ciento, son las regiones que más han evolucionado.

Un crecimiento menos espectacular ha sido experimentado por Centro-Sur, con un 17,3 por ciento, y Noreste, con un 19,6 por ciento.

Los establecimientos de hostelería han aumentado en Castilla-León, Noroeste y Norte, mientras que en el resto de regiones disminuyen.

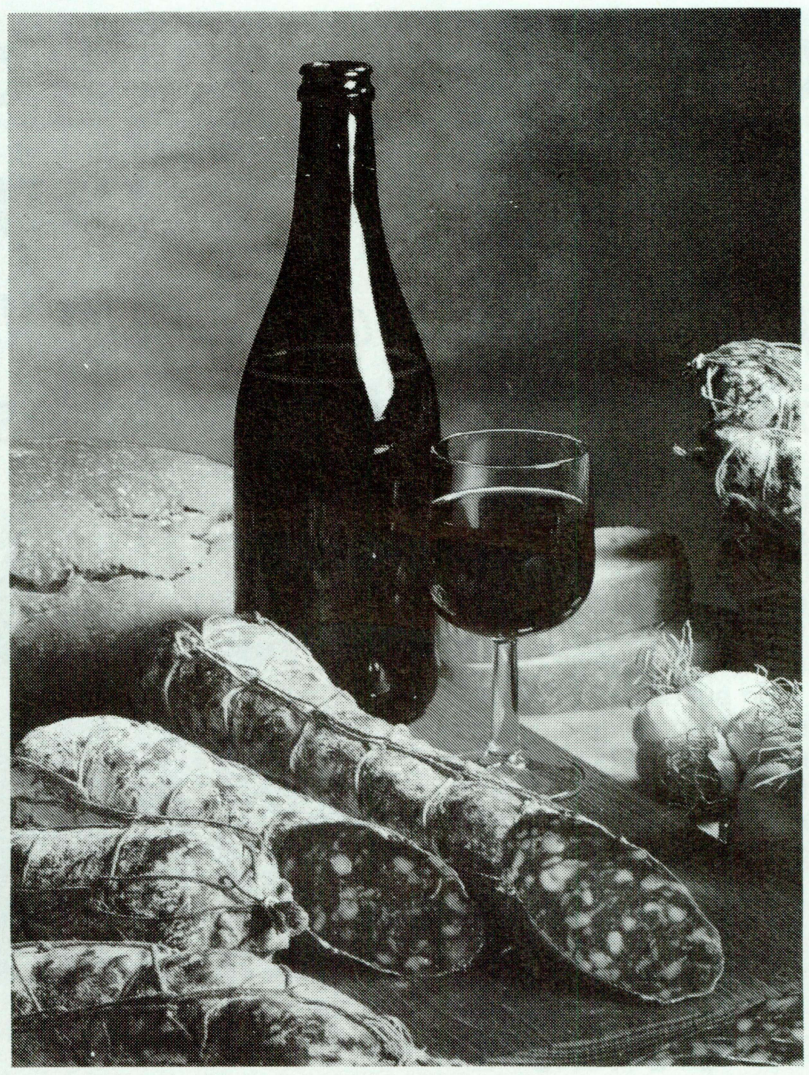
La menor proporción la presentan Levante y Canarias.

Los restaurantes aumentan su número en todas las regiones a excepción de Levante.

Un 31 por ciento de los restaurantes están ubicados en Canarias, mientras que en el Noreste se encuentra el 25 por ciento.

Los bares y cafeterías aumentan en general, exceptuando Castilla-León.

Andalucía, la región con menor número de establecimientos de restauración, presenta mayor número de bares y cafeterías, con un 83 por ciento, seguido de Canarias y Noreste, con un 64 y un 63 por ciento, respectivamente.



Los restaurantes destinan el 23 por ciento del valor total de la compra a la adquisición de productos cárnicos

Gasto

Este auge de los sectores de hostelería y restauración ha supuesto un incremento en el gasto medio anual por establecimiento, que durante 1991 ha sido de siete millones de pesetas.

Los bares y cafeterías representan el 74%

Estas cifras suponen un crecimiento del 11 por ciento, respecto a los resultados de otros años.

Los restaurantes han sido el segmento que más gasto realizó, con 11,6 millones de pesetas, seguido de los hoteles, con 6,7 millones de pesetas.

El menor gasto corresponde a bares, cafeterías y otros con 5,8 millones de pesetas.

El abastecimiento de estos dos sectores representa la cuarta parte del gasto total alimentario, que ha sido de 7,4 billones de pesetas, durante 1991.

Estas cifras suponen un incremento del 7 por ciento respecto al año anterior.

La adquisición de alimentos por parte de estos dos sectores ha aumentado un 3,2 por ciento.

El gasto anual por establecimiento ha sido de 7 millones

Elmayor gasto de productos de alimentación y bebidas ha sido realizado por los bares, cafeterías y otros, con un 62 por ciento del gasto total.

La compra de alimentos y bebidas en los restaurantes ha supuesto el 30 por ciento, mientras que los hoteles tan sólo han destinado el 8 por ciento.

En proporción al valor de las compras y al número de establecimientos de cada región, Canarias y Centro-Sur son las regiones que más gasto realizan con un 6,3 y un 20,4 por ciento del total del gasto.•

Los derivados lácteos ocupan el octavo lugar en el ránking de productos comprados

Consumo hostelero en España

	Noreste	Levante	Andalucía	Centro-Sur	Cast.-León	Noroeste	Norte	Canarias
Compras medias/ (*) establecimientos (1)	6.168	6.673	7.92	8.69	6.637	4.812	5.944	9.738
% del valor de las compras (1)	18.894	10.205	20.067	20.391	6.295	9.376	8.343	6.339
Compras en hosteleria y restauración (**)	347	190	355	360	105	180	175	110

(*): Millones de pesetas
(1): Hostelería y Restauración
(**): Miles de millones de pesetas
Fuente: MAPA

El aceite, símbolo de nutrición, salud y pureza

España, primer productor mundial de aceite de oliva, exportó 574.000 toneladas de este producto en 1991

La expedición de aceites comestibles supuso casi la totalidad de las exportaciones españolas de materias grasas, durante la campaña 1990-1991.

De las 603.089 toneladas de materias grasas exportadas, 574.297 toneladas correspondieron a aceites.

La cantidad exportada más importante corresponde al aceite de oliva con 345.099 toneladas, cifra que supone un incrementc del 39 por ciento con respecto al récord anterior de 266.075 toneladas conseguido en 1985.

Las exportaciones de aceite de soja alcanzaron las 179.662 toneladas, el aceite de girasol las 26.168 toneladas, y el aceite de orujo otras 23.368 toneladas.

A pesar de que España es uno de los principales productores de aceite, nuestro país importó 83.700 toneladas de aceite de palma, 70.300 toneladas de aceites tratados, 26.000 toneladas de aceite de coco y 21.700 toneladas de aceite de palmiste.

La producción mundial de aceite de oliva durante 1990-1991 fue de 1.463.500 toneladas.

España, primer productor de aceite de oliva a nivel mundial, produjo el 42 por ciento del total.

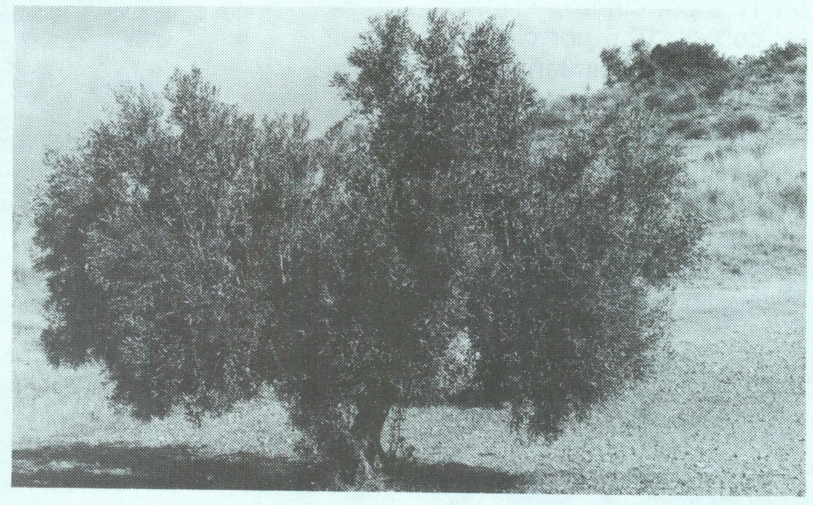
No puede ser de otra manera si consideramos que más de la cuarta parte de los 800 millones de olivos del mundo se cultivan en España.

Este alimento previene enfermedades coronarias

La producción española de aceite de oliva que fue de 617.100 toneladas supera en un 25,5 por ciento la media del cinquenio 1985-1989.

Estas cifras suponen el 92 por ciento de la producción total.

El conjunto de la producción de la Comunidad Económica Europea alcanzó el 1.016.000 de toneladas. Italia produjo tan sólo 180.000 toneladas, mientras que Grecia llegó a las 170.000 toneladas.



Casi un billón de olivos se cultivan en el mundo

Túnez con 175.000 toneladas, Siria con 83.000 toneladas, Turquía con 80.000 toneladas, y Marruecos con unas 40.000 toneladas son otros destacados productores de aceite de oliva a nivel mundial.

Prestigio

Los principales compradores de aceite de oliva español son Estados Unidos, con cerca del 28,7 por ciento de las ventas totales, Australia, con el 21,2 por ciento del total vendido, seguidos de Arabia Saudí, Canadá y Suiza con porcentajes similares.

Holanda es el principal país comprador de la Comunidad Económica Europea con un 33,8 por ciento de las ventas, seguido de Francia con un 32,5 por ciento, Alemania, Bélgica y Reino Unido, con

El sector aceitero está fuertemente arraigado en nuestro país

Las ventas caen en el primer trimestre

Las ventas de aceites comestibles durante el primer trimestre del presente año alcanzaron los 242 millones de litros.

Este resultado representa un descenso del 7 por ciento, respecto al mismo periodo del año anterior.

El aceite de oliva ha sido el más vendido con un total de 123,4 millones de litros, que suponen un incremento del 9,2 por ciento.

Las ventas de aceite de girasol alcanzaron los 93,3 millones de litros, con un descenso del 22 por ciento.

El aceite de oliva ha aumentado sus ventas un 9,2 por ciento

El consumo de girasol desciende un 22%

Las ventas de aceites comestibles supusieron 77 millones de litros, durante el mes de marzo.

Estas cifras implican un incremento del 26 por ciento, respecto al mismo mes del pasado año.

El aceite de oliva alcanzó los 35,7 millones de litros vendidos, con un aumento del 19,6 por ciento.

El de girasol llegó a vender 33,1 millones de litros, con una subida del 34,5 por ciento.

Con un millón de litros de vendidos y 3,8 millones el aceite de soja y el de orujo de oliva han aumentado sus ventas un 18 y un 51 por ciento, respectivamente.

Los nuevos hábitos de consumo, más sanos y ligeros, explican el incremento experimentado en este sector de mercado.•

porcentajes parecidos que oscilan sobre el 10 por ciento cada uno.

El 52 por ciento del aceite de oliva destinado a Oriente Medio es adquirido por Arabia Saudí, seguido de Kuwait con un 15 por ciento, y de Dubai con un 13 por ciento.

México es el máximo comprador de los países de América Latina con un 34,1 por ciento. Brasil adquiere el 30 por ciento y la República Dominicana el 12 por ciento.

Mientras que en el continente asiático Japón es el máximo importador de aceite de oliva con un 49,4 por ciento, Australia en Oceania compra el 97,8 por ciento de las ventas.

Los cálculos estiman que la producción durante 1991-1992 alcanzará el 1.958.500 toneladas, con un aumento del 33 por ciento con respecto a la campaña anterior.

Asimismo, el consumo podría experimentar una recuperación del 2,25 por ciento.

Símbolo

Para los pueblos antiguas civilizaciones, el aceite no sólo era un alimento nutritivo, sino también un símbolo religioso y un eficaz remedio curativo.

El aceite siempre ha sido un producto sagrado, generador de historias, mitos y leyendas.

El 42 por ciento del aceite mundial procede de nuestro país

En España las primeras referencias del aceite de oliva datan de la época del Imperio Romano.

Hispania era productoras de uno de los líquidos más apreciados, que se exportaba en originales ánforas a otras provincias del Imperio.

El olivo español se nutre de una óptima insolación y de excelentes condiciones meteorológicas que afectan favorablemente el cultivo del árbol.

En nuestro país existen diferentes variedades de aceite de oliva y zonas de producción.

Los aceites elaborados en Cataluña se recogen bajo dos Denominaciones de Origen: Borges Blanques y Siurana.

Se trata de un aceite no astringente, con un ligero gusto a nueces y almendras.

Las Denominaciones de Origen Baena y Sierra de Segura, en Jaén, amparan los líquidos dorados más nobles de Andalucía.

El aceite de oliva andaluz se caracteriza por su exquisito y prolongado sabor.

Aragón, Extremadura, Levante y Toledo son otras destacadas zonas de producción.

Las primeras referencias del aceite datan del Imperio Romano

Beneficioso

Los más afamados científicos han proclamado las virtudes dietéticas del aceite de oliva por todo el mundo.

El aceite, uno de los alimentos más beneficiosos para el organismo humano, es recomendable para prevenir enfermedades coronarias y rebaja los niveles de colesterol.

Este producto facilita la digestión, pues su absorción es rápida y completa, y activa las secreciones del pancreas.

Asimismo, su contenido en vitamina E previene la artereosclerosis. Este es uno de los alimentos más recomendados en el crecimiento de los niños.

Ciertos tipos de aceite de oliva pueden cambiar el estilo de las comidas más sugestivas.

Este producto es un ingrediente ideal para aliñar ensaladas, vegetales y platos de pescado hervido.

Los aceites catalanes son apropiados para acompañar alimentos como los champiñones, cremas vegetales, purés y huevos.

Aquéllos elaborados en Andalucía son aromáticos y al mismo tiempo contienen un ligero sabor amargo ideal para la elaboración de platos a base de pescado, mariscadas y gazpachos.●

Nuevos sabores de helado para el verano

El sector de helados presenta un cuadro muy dinámico y de sumo interés para la hostelería y restauración.

Los importadores, distribuidores y utilizadores de equipos se han lanzado a la sofisticación de máquinas, mueblario y semielaborados para heladería.

En este aspecto, los países más significativos son Alemania, Francia, España, Austria, Bélgica, Holanda, Suiza y Gran Bretaña.

Los países del este europeo, tales como Checoslovaquia, Hungría, Bulgaria, Polonia y Rumanía han entrado en este sector con fuerza.

Los artículos de heladería cada vez son más diversos y, técnicamente, más perfectos y de mayor calidad.

Las propuestas más avanzadas son nuevas versiones de amasadoras, pasterizadoras y hornos.

Se trata de aparatos más sofisticados que soportan eficazmente la producción sin alterar la calidad de la elaboración.

Los países del Este entran en el sector con fuerza

El moblaje ha lanzado líneas completas para equipar puntos de venta de heladería y pastelería.

Mostradores, escaparates, refrigeradores, mesas, sillas han mejorado en términos generales la imagen.

Este verano viene acompañado de helados con sabores innovadores e interpretaciones más exóticas.

El helado de nuez y el helado de fruta han sido pensados para evidenciar y revitalizar un sabor clásico.

El Kibana, helado de kiwi con banana, el madroño, strudel, melón con pimienta Cayena, arándanos, yogourt con frutas del bosque, queso con peras, higo chumbo, etc. son los sabores que hallaremos en los próximos meses.

Después de la fase de relativa mengua del mercado, que siguió al desarrollo de la segunda mitad de los años ochenta, el sector de la heladería ha evidenciado una significativa reanudación.

No se trata de nuevos márgenes de expansión, pero si de una puesta en marcha del sector.

Estados Unidos es el mayor consumidor de helados con 24 litros per cápita, mientras que en Europa los países escandinavos llegan a unos 19 litros y los países de la CE están entre los 6 y 8 litros.

En España el consumo por persona y año se sitúa alrededor de los 5 litros. Nuestro país produjo 190 millones de litros, por valor de 108.OOO millones de pesetas.●

Sidra El Gaitero apuesta por las conservas

La empresa asturiana Sidra El Gaitero se ha introducido en el sector de las conservas vegetales a través de sus filiales en España.

La empresa asturiana Sidra El Gaitero se ha introducido en el sector de las conservas vegetales a través de sus filiales en España.

La empresa filial de Sidra El Gaitero, Industrial Zarracina, se dedicará próximamente a la producción de dulces, mermeladas, confituras y conservas vegetales.

Industria Zarracina ha invertido 450 millones de pesetas en la construcción de una nueva factoría, ubicada en el polígono industrial de Porceyo, en Gijón.

La empresa crea factorías para la fabricación de este producto

Asimismo, Vereterra y Cangas, participada mayoritariamente por la empresa asturiana, creará una factoría similar para la producción de alimentos frutícolas.

Sidra El Gaitero, que invertirá unos 250 millones de pesetas en su planta de Villaviciosa, en Asturias, es líder en el sector nacional de sidras.

Sidra El Gaitero controla la totalidad de Chamanera Asturiana, y el cincuenta por ciento de Concentrados de Villaviciosa, ubicada en la localiad zaragozana de Almunia de Doña Godinasidras.

Las filiales de la empresa asturiana Candimar, conservera de pescados y ubicada en la ciudad de Pontevedra, y Bodegas Astur-Leonesas, productora de vinos y mostos con sede en la localidad leonesa de Valdefuentes, serán absorvidas próximamente por Sidra El Gaitero.

Las conservas vegetales alcanzaron una producción de 800.000 toneladas, durante 1990, excluyendo el tomate.

El consumo per cápita de este tipo de conservas se sitúa en torno a los 13 kilos.

Las conservas de frutas representan más de la mitad de la producción total, seguidas de las hortalizas frescas.●

Citröen ZX y Citela, vehículos universales

El pabellón del Futuro en Expo'92 exhibe este coche que remite al siglo XXI

Sevilla primavera de 1992. 112 países del mundo se han dado cita en la última Exposición Universal del Siglo XX. Durante seis meses en la sevillana Isla de la Cartuja se celebrará la gran fiesta de fin de siglo. Una oportunidad única que nadie debería perderse que reza por título *«La Era de los Descubrimientos»*.

Respondiendo a este lema, una serie de pabellones muestran cinco siglos de progreso, en homenaje a los hombres y mujeres que fueron capaces de desafiar lo establecido y mirar más allá. Una réplica a tamaño natural de la nave espacial Arianne enmarca la entrada de uno de ellos.

El Pabellón del Futuro, concebido para explicar al visitante hacia dónde avanzan la humanidad y sus descubrimientos.

El vehículo posee una autonomía de 210 kilómetros a una velocidad de 110 en rodaje

La exposición sevillana, marco idóneo para conceptos futuristas

En la superficie destinada a la Energía, holografías en homenaje a los hombres que realizaron grandes descubrimientos en relación con el fenómeno energético, mecanismos de movimiento continuo, juegos interactivos, toda una serie de exhibiciones sobre la misión social que cumplen las empresas del sector energético, ..., el Citroën ZX y el Citela.

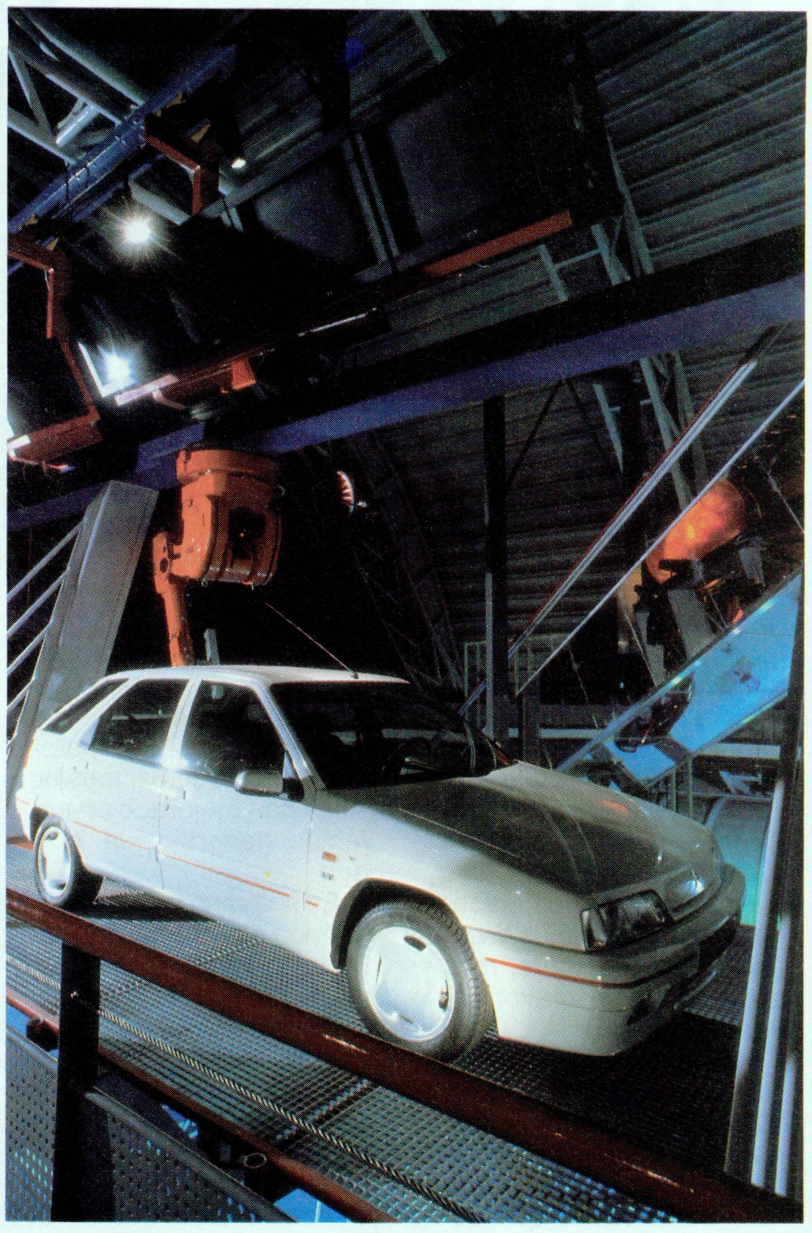
Como muestra de la proyección de la energía en la industria del automóvil, Citroën Hispania exhibe, en exclusiva en este pabellón, su avanzada tecnología de fabricación, representada por una carrocería completa del Citroën ZX, con un robot de soldadura en movimiento, un soporte sobre el que está ensamblado el conjunto del motor, caja de velocidades, eje delantero y eje trasero, un puesto con el vehículo terminado y con un robot en movimiento, y una producción audiovisual mostrando los métodos y tecnología punta que Citroën Hispania utiliza en la fabricación de sus vehículos.

Gracias a la exposición de Citroën, las personas que visiten este pabellón podrán conocer el óptimo aprovechamiento energético que se produce en el proceso de fabricación de un vehículo.

Puesto que no se deben olvidar las energías limpias, el Citela proporciona una auténtica ilustración del vehículo futurista, prototipo revolucionario de utilización urbana y motorización eléctrica. El Citroën Citela es particularmente silencioso y, por supuesto, no contamina.

Este vehículo posee una autonomía de 210 kilómetros a una velocidad estable de 40 km/h, y de 110, en rodaje urbano. La estructura modular del automóvil le permite una adaptación permanente a los deseos y necesidades de su propietario.

De esta forma, de una propuesta en descapotable puede pasar a convertirse en furgoneta, de furgoneta a berlina y así un largo etcétera, simplemente desmontando el habitáculo.



El Citröen ZX, ejemplo de aprovechamiento energético

El Citela es particularmente silencioso y no contamina

Se trata, en definitiva, de una concepción futurista del vehículo urbano del mañana, cuyo marco idóneo se ha considerado es la Exposición Universal sevillana, donde se rinde homenaje a los grandes descubrimientos de la humanidad.

La propuesta presentada en el pabellón del Futuro se plantea como un atractivo para mayores y pequeños. Un aprendizaje al que Citröen se añade con dos ejemplos significativos. •

ARICAR

Coches nuevos y de ocasión
Talleres propios

Roger de Flor, 282
08025 Barcelona
T. 207 16 08

Hacienda debe ofrecer toda la documentación precisa a sus tribunales

El Tribunal Económico Administrativo ha resuelto recientemente que el Ministerio de Hacienda no puede cancelar la reclamación de un contribuyente que no ha aportado los documentos necesarios para estudiar su problema cuando sean las pro-

El incumplimiento de la gestora no debe implicar cargo alguno al interesado

pias oficinas de la Administración quienes deban presentarlos.

El fallo recupera la reglamentación de Procedimiento donde se advierte que con posterioridad a que el Tribunal Económico haya solicitado la documentación a la oficina gestora, está prevista una segunda petición caso de que la primera no hubiere sido atendida.

El dictamen del Tribunal puntualiza que no puede entenderse que el incumplimiento por la oficina gestora de su obligación acarree para el interesado la carga de suplir mediante la aportación de documentos y el planteamiento de alegaciones, la actuación que debió realizar realmente.

El fallo del Económico Administrativo recuerda el Reglamento de Procedimiento

A partir de estas valoraciones, el Económico Administrativo estima que el no atender el requerimiento no es causa para caducar la reclamación porque no se puede causar perjuicio al reclamante por la inactividad de la oficina gestora.●

Tributos valora el principio de buena fe

Un reciente informe del departamento de Inspección Financiera y Tributaria advierte a los diferentes órganos de la Administración tributaria cuál debe ser la aplicación del principio de mala fe y su traslado en el criterio de la graduación de las multas reflejado en la Ley General Tributaria y en el real decreto de 1985 sobre normas de graduación de las sanciones tributarias.

El principio de mala fe es uno de los criterios más comúnmente utilizados por Hacienda para graduar las sanciones de los contribuyentes cuando éstos cometen alguna infracción tipificada como leve o grave.

Por si algún despistado contribuyente no estaba al corriente, cuando el fisco interpreta que se ha actuado con mala fe la sanción puede incrementarse en razón de hasta un 150 por ciento.

La circular advierte que estas anomalías deben ceñirse a los supuestos en que el incumplimiento o la deformación de la realidad económico-financiera de la empresa pueda alcanzar un grado de gravedad tal que invalide la contabilidad como mecanismo de prueba o determinación de la base imponible.

La Carta Magna señala que para consagrar el principio de seguridad jurídica es necesario que las sanciones sean lo más concretas posibles. Para ello también es preciso que las normas no se dejen llevar por un excesivo grado de discrecionalidad.

El reciente estudio de Hacienda señala que a tenor del real decreto de 1985 se considerará negativo si se transcriben incorrectamente en las declaraciones tributarias los datos que figuran en los libros y registros obligatorios.

En este caso la *«mala fe»* se aplicará en aquellos supuestos en que el modelo de declaración exige una transcripción literal y exacta de un balance y un saldo de una determinada cuenta.

Recientemente «ER» se hacía eco de un fallo del Tribunal Superior de Justicia de Catalunya que consideraba ajeno al principio de mala fe el hecho de que un contribuyente pagara al día siguiente de finalizado el plazo previsto por la Administración para satisfacerlo. El tribunal entendía que en ese tipo de ocasiones se observaba un claro interés del contribuyente por pagar la cuantía requerida.●

Reoslución para la convocatoria de juntas de accionistas

A lo largo de los últimos números de «ER» han sido abordadas las exigencias legales a la convocatoria de juntas de accionistas. Pues bien, la Dirección General de los Registros y del Notariado ha aprobado recientemente una resolución por la que se recuerda la obligación de que los administradores publiquen las convocatorias de junta de accionistas, aunque ésta tenga lugar como consecuencia de una junta universal.

No pueden inscribirse en la resolución aquellos acuerdos alcanzados en una junta que no haya sido convocada de manera pública mediante anuncios oficiales, excepción hecha de aquellos casos que sean juntas universales (total presencia de los accionistas).

El único procedimiento válido cuando la convocatoria de la junta general tiene lugar durante una junta universal se refiere a la inscripción de los acuerdos mediante una certificación, según la cual los accionistas de la sociedad son los mismos que mantuvieron la junta universal en la primera ocasión. De esta manera, se interpreta que todos

Los acuerdos de juntas quedarían anuladas

los socios han gozado de la suficiente información para convocar la junta.

Registro no publica

Al cerrar la presente edición llegaba la confirmación de que el Boletín Oficial del Registro Mercantil (BORME) no había publicado los acuerdos de miles de juntas generales en la fecha prevista.

Miles de juntas no habían sido publicadas en el BORME el lunes 15 de junio, quince días antes de la celebración de la reunión tal y como prevé la Ley de Sociedades Anónimas.

Cualquier junta debería celebrarse antes del 30 de junio para adoptar el acuerdo de adaptación a la nueva normativa mercantil dentro del plazo legal que finaliza el último día del mes de junio.

Al no cumplirse el requisito de su publicación en el BORME los acuerdos que pudieran haberse adoptado deberían anularse, aunque este retraso obedezca a causas ajenas a las propias empresas.

Como se sabe la actual normativa exige publicar en el BORME, además de en uno de los diarios con mayor circulación en la provincia por lo menos quince días antes de la fecha fijada para su celebración.

La Dirección General de los Registros y del Notariado el 17 de junio no había emitido ningún comunicado todavía a este respecto.●

Publicada la norma del IGIC

El Diario Oficial de Canarias publicaba en su edición del 11 de junio el Real Decreto-Ley que establece la entrada en vigor del Impuesto General Indirecto Canario (IGIC) a partir del 1 de enero de 1993.

Tal como adelantó «ER» el pasado enero la Asamblea regional de Canarias informó favorablemente el proyecto de Real Decreto-Ley a partir de una iniciativa de socialistas e independientes.

Este impuesto debía regir desde el pasado 1 de enero, pero se comprendió la necesidad de su demora debido a la necesaria adecuación de un preciso desarrollo reglamentario.

Esta ley reduce algunos tipos de gravamen del arbitrio sobre la Producción e Importación creado a raíz de la reforma fiscal.●

La función prevalece sobre la denominación

En toda relación laboral lo trascendente es la función que se desempeña efectivamente y no la calificación que las partes atribuyan al puesto de trabajo, según una reciente sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Castilla León.

La simple denominación de un puesto de trabajo en el tipo de relación laboral entre trabajador y empresa no es suficiente.●

ADCs SIGMA-DELTA con preamplificador integrado

Los convertidores analógicos-digitales AD7710/13 permiten la conexión directa de galgas potenciométricas, sensores RTD, termopares y otras señales de bajo nivel a la entrada del circuito. Se trata de una solución monolítica, con una resolución de 21 bits, una nolinealiad inferior al 0,0015 por 100, ausencia de códigos e incorporación de un amplificador de ganancia programable (PGA) por software, entre 1 y 128.

Las ventajas de la combinación de la arquitectura SIGMA-DELTACON un PGA en el mismo chip son: la eliminación del amplificador externo entre el transductor y el convertidor, el rechazo de la frecuencia de red (50/60 Hz) de 100 dB mínimo, el filtro digital versátil programable por software y la accesible calibración.

El modelo AD7710 está diseñado para señales de bajo nivel, como por ejemplo células de carga. Este circuito posee dos entradas diferenciales, *más una entrada diferencial* de referencia, lo que permite una media periódica de un segundo canal, por ejemplo para calibración.

Para sensores RTD, ANALOG DEVICES propone el modelo AD7711, con una fuente de corriente de 220 μA para excitación integrada en el chip, una entrada diferencial y entrada diferencial de referencia.

Si se busca una solución cubriendo tanto señales de alto y bajo nivel, este modelo dispone de amplificación y atenuación.

Cada convertidor contiene un interfaz serial bidireccional completo, para control, setup y datos convertidos. La referencia interna de 2,5 voltios puede sustituirse por una referencia externa, si así se desea. La alimentación puede ser simple o doble. El consumo típico es de 25 mW y puede ser simple o doble.

El consumo típico es de 25 mW y puede reducirse a 50 (mi) W en el modo *«power down»*. Los circuitos se suministran en cápsula DIL estrecha o SOIC de 24 patillas.

PARA PESAJE

Driver Led de 4 1/2 dígitos

El driver de LED V6010 de EM MICROELECTRONIC-MARIN hace la función de interfaz entre cualquier microprocesador y los indicadores a diodos luminiscentes de siete segmentos.

Los datos se introducen en serie bajo forma de palabras de 24 bits. El descifrador hexadecimal o de código «B» acciona cuatro dígitos y por cada uno de ellos, un punto decimal y un indicador. Los indicadores se pueden combinar para formar medio dígito.

La intensidad del diodo luminiscente es regulada por una simple resistencia o un potenciómetro. Una resistencia de 5,6 Ω es suficiente para programar todas las salidas de mando de los segmentos de 25 mA. El campo de programación va de 2,4 a 6 voltios, por lo que se adapta a los sistemas alimentados en 5 ó 3 voltios.

El consumo normal es de 50 μA. Una entrada reset permite el apagado del indicador, la puesta a cero del circulo de multiplexado, la supresión del bloque interno del indicador y la puesta en espera del circuito. El V6010 se encuentra disponible en cápsula DIP28 y también en la versión CMS S028.

DE APLICACION
EN GENERAL

Conserva y traslada productos perecederos

El *«Driver Cook»* puede ser utilizado opcionalmente a gas o electricidad. Se trata de un armario especial, fabricado por la empresa francesa Rotiosol, que sirve para trasladar alimentos fríos o calientes al lugar de consumición, manteniendo los productos en su justa temperatura.

El *«Driver Cook»* ha sido concebido para dar soluciones apropiadas a los problemas de «stock» en alimentos que existen en hoteles, restaurantes y colectividades.

El aparato, a través de tres tipos de energía, proporciona dos servicios: el calor y el frío. Rotisol pone en marcha soluciones técnicas originales, autonomía energética, mantenimiento en frío o calor, economía y fiabilidad.

Cuando el aparato funciona con frío lleva incorporado un módulo que acumula el frío en el congelador. Este cajón puede recuperar el agua de descarche.

Si el armario funciona con calor puede llevar un módulo eléctrico, regulado por termostato. El aparato también puede funcionar con módulo a gas, en este caso el encendido evacúa los gases quemados por conducto trasero.

PARA BARES EXIGENTES

EEPROM en CMOS para aplicaciones industriales

EXEL MICROELECTRONICS introduce un EEPROM CMOS para aplicaciones industriales.

La XL28C16B es una EEPROM CMOS de 16K, que tiene una organización de 2K x 8 bts de memoria volátil. Es completamente compatible con los dispositivos 2816B NMOS «standard», pero ofreciendo mejoras en potencia y velocidad. Los tiempos de acceso se reducen desde 150 a 100 nanosegundos y la corriente de *«standby»* se reduce a menos de 100 μa. Esta EEPROM CMOS tiene un polling de datos para disminuir los tiempos de ciclo de escritura y ofrece un modo página de 16 bytes.

El dispositivo se alimenta a una tensión única de 5 voltios y se produce con la tecnología CMOS «Floating Gate» de 1,5 μm de EXEL.

Las aplicaciones incluyen la utilización en firmware para el booting-up de ordenadores o sistemas de control, almacenamiento de programas para trabajar en controladores industriales o de proceso, robótica y telemetría, instrumentos de medida y aplicaciones de control.

Además, este dispositivo es útil en un amplio rango de productos de consumo y de comunicaciones, incluyendo teléfonos, máquinas facsímiles y videojuegos, áreas donde se requiere que pequeñas cantidades de información puedan actualizarse ocasionalmente.

Las EEPROMS, que pueden actualizarse instantáneamente mientras en el sistema se retiene todavía la información aún cuando ésta falle, son muy útiles en este tipo de productos.

La XL28C16B proporciona retención de datos estables hasta 10 años, con o sin alimentación. Las reescrituras pueden garantizarse hasta 10.000 veces, con un rendimiento típico que excede los 100.000 ciclos de escritura. El dispositivo se caracteriza por una protección mejorada contra escrituras accidentales, en comparación con la unidad «standard» NMOS.

La mayoría de las aplicaciones podrán utilizar el dispositivo incluyendo el ciclo de escritura, mientras se alimenta a 5 voltios.

La XL28C16B está disponible en una DIP plástico de 24 pines, en un encapsulado SOIC de 24 pines y en un encapsulado PLCC de 32 pines. Se encuentra disponible en rangos de temperatura comercial, industrial y militar.

DE APLICACION
A SUSTITUCION
DE SWITCHES
EN VIDEOJUEGOS, ETC.

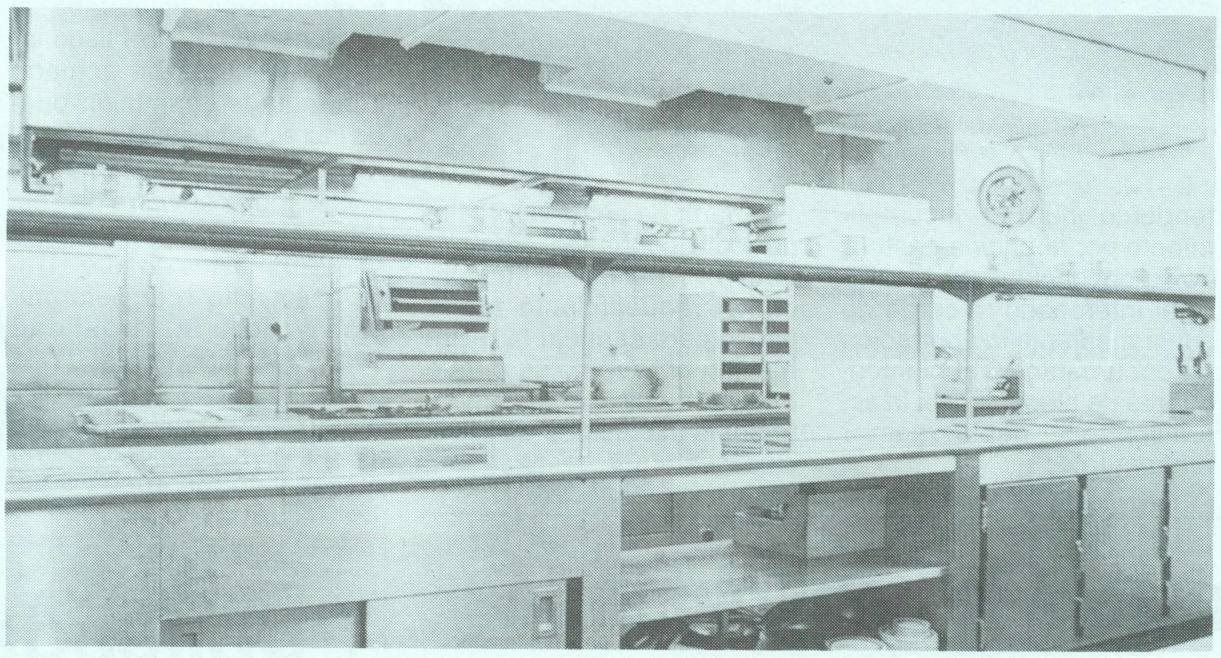
Sintetizador de voz

El SSI 78A263A es un circuito integrado monolítico, fabricado por SILICON SYSTEMS, destinado a producir voz según la síntesis por reglas. Está diseñado para producir a la salida un vocabulario ilimitado, música y efectos de sonido.

La voz es sitentizada mediante la combinacióln de fonemas en la secuencia adecuada. El SSI 78A263A contiene cinco registros de 8 bits, que permiten controlar por software la velocidad del discurso, la entonación, el cambio de tono, la amplitud, la respuesta del filtro del tracto vocal, la selección de fonemas y su duración.

El chip está realizado en tecnología CMOS y utiliza la técnica de condensadores conmutados para los distintos filtrados que realiza. Posee un interfaz de ocho bits para su mejor control y requiere alimentación única a +5 voltios.

El sintetizador 78A263A permite programar mediante texto el mensaje que ha de ser sintetizado, lo que le hace muy asequible para su uso en ordenadores personales. Adicionalmente, puede utilizarse en diseños autosuficientes bajo control de un microprocesador de 8 bits.



Todo el material de equipamiento preciso para el óptimo desarrollo de una actividad hostelera será recogido en estas paǵinas

Aerosol portátil eléctrico antimosquitos

Llegan las altas temperaturas y con ello inevitables moscas, mosquitos y bichitos voladores de muy diversa calaña.

El mercado sigue dominado *por los insecticidas* tipo «spray», pero ya se aprecia un cierto avance en la gama de los eléctricos, que se hallan viviendo una época clave.

Coypro distribuye en España el aerosol portátil eléctrico «Hurricane». Este sistema es muy fácil de usar. Su estructura dispone de un soporte especial que actúa como asidero. Es pequeño y ligero pero de gran dureza, debido a que el cuerpo de la máquina está construido en polietileno.

Sobre todo, la gran ventaja de esta máquina es la capacidad de ajustar la potencia de acción, por lo que se puede controlar su radio de acción con mayor precisión.

El volumen de líquido dispersado es mayor, aunque varía según las características mismas del líquido. Tiene una función gravedad, temperatura, viscosidad o altitud.

El aerosol portátil debe tener más aplicaciones para que su adquisición sea rentable. El «Dyna-Fog Hurricane» es capaz de dispersar todo tipo de desinfectants ambientadores o germicidas, además de los propios insecticidas.

IDEAL EN RESTAURANTES
Y BARES.

Thomson, Fagor y GDA, tercer grupo europeo de electrodomésticos

Fagor Electrodomésticos, filial de la cooperativa vasca Mondragón, y la compañía francesa Thomson Electroménager han acordado con la firma británica General Domestic Appliances (GDA) la creación del tercer grupo europeo de electrodomésticos.

Las tres empresas fabricarán al año 7 millones de aparatos

El acuerdo permite la cooperación de las tres compañías, líderes en sus respectivos mercados nacionales de electrodomésticos de línea blanca, en la adquisición de materias primas, e investigación y desarrollo de nuevas tecnologías.

El intercambio de electrodomésticos y de información también forman parte de la colaboración entre las tres empresas.

Con el nuevo acuerdo, Fagor y Thomson, que cooperan conjuntamente desde 1990 controlando el 10 por ciento del mercado europeo, y la firma GDA elevarán la cuota de mercado al 15,1 por ciento, con la fabricación de 7 millones de aparatos al año.

Estas cifras sitúan a las tres empresas detrás de la destacada firma sueca Electrolux-Zanussi y del grupo alemán Bosch Siemens.

Fagor Electrodomésticos, especializada en la fabricación de frigoríficos, lavavajillas, hornos, calentadores de gas y termos eléctricos, comercializa las marcas Fagor, Edesa, Aspes y White Westhinghouse.

La filial de la cooperativa Mondragón, que posee seis fábricas, facturó 91.874 millones de pesetas durante el ejercicio de 1990, de los cuales 58.584 millones corresponden a la venta de productos de consumo.

Fagor ha sido la primera firma que ha recibido el certificado de calidad de empresa,

Electrolux-Zanussi es líder en el sector junto con Bosch Siemens

y la única sociedad del sector de restauración facultada para utilizar este distintivo como promoción de sus productos.

La acreditación, otorgada por la Asociación Española de Normalización (AENOR), supone el mejor aval para afrontar con éxito la competencia interempresarial a partir de la implantación del Mercado Unico.

Por su parte, las ventas de Thomson Electroménager alcanzaron los 108.000 millones de pesetas en 1991.

La firma francesa comercializa las marcas Thomson, Brandt, Sauter, Themor y Vedette.

El grupo británico GDA, controlado en un 50 por ciento por la americana General Electric, facturó en 1991 81.000 millones de pesetas.

La empresa, que controla el 29,5 por ciento del mercado británico, comercializa los productos Hotpint, Creda, Cannon y Jackson.

Las previsiones apuntan a que el mercado europeo de grandes electrodomésticos de línea blanca alcance unas ventas de 2,52 billones de pesetas, con un crecimiento del 4 por ciento.

Por el contrario, se estima que Estados Unidos descienda en un 5 por ciento sus ventas.●

Experiencia frente a insectos

El *«Insectaflash de P+L Systems»*, de Eurocade, ideal para mantener los altos estados de higiene, exigidos por clientes.

Es un aparato con potencia de luz elevada, que atrae a los insectos debido a su frecuencia de 350 nanómetros. Este producto responde a un singular proceso de atracción de investigaciones llevado a cabo por P+L System para hallar el tubo correcto y mejorarlo con el uso de reflectores especialmente diseñados que aumentan en un 40 % la emisión de luz de las unidades de montaje en pared.

Los tubos ultravioleta poseen una amplia experiencia en el Reino Unido obteniendo como principal conclusión que las mediciones indican niveles por debajo de los recomendados por la práctica internacional para exposición continua.

Aquellos establecimientos con problemas de espacio y superficie pequeña también existe un sistema compacto para eliminar y recoger insectos. Incluso si hay poco espacio de pared, el modelo *«400 T»* se diseña para colocarse sobre la puerta, por ejemplo.

El acabado es a base de pintura epoxi higiénica blanca o totalmente de acero inoxidable. Se suministra con un soporte de pared sencillo para facilitar la instalación.

Insectaflash se adapta a la mayoría de las aplicaciones en establecimientos donde se precise un método conveniente y eficaz de control de insectos voladores.

Asimismo es posible regular la tensión desde 8.000 a 13.000 voltios, que permiten adaptar la máquina para adecuarse al lugar y al problema exacto.

ACONSEJABLE
EN ESTABLECIMIENTOS
DE RESTAURACIÓN

Modem monochip compatible

El modem monochip SSI 73K324L de SILICON SYSTEMS proporciona las funciones para el diseño de un modem cuatrinorma, compatible con las especificaciones CCITT, soportando los modos V.21, V.22, V.22 bis y V.23.

Este dispositivo ha sido diseñado para ser manejado como un periférico más de cualquier controlador (típicamente un 80C51), realizándose el control a través de un bus multiplexado de direcciones y datos de 8 bits.

De forma adicional, puede utilizarse para su control bus serie, en aquellas aplicaciones que no requieren un interfaz paralelo. La comunicación de datos se produce a través de un bus serie completamente separado. Este chip ofrece una compatibilidad completa, tanto «hardware» como «software», con el resto de modems de la serie K de SILICON SYSTEMS.

De esta manera se asegura el nuevo diseño con el simple cambio de un componente sobre la placa modem realizadora de otra norma.

Incluye funciones de tonos de llamada y tonos de guarda, así como ganancias y atenuaciones programables en recepción y transmisión. Incluye también modos de test para simplificar las funciones de diagnóstico. Está realizado en tecnología CMOS de bajo consumo, requiriendo alimentación única a + 5 voltios. Se encuentra disponible en encapsulados de 28 pines DIP y PLCC de 32 terminales.

DE APLICACION
EN COMUNICACION
ENTRE MAQUINAS

«Driver Cook»

Rápida elaboración de spaghettis

El empresario Paolo Maggioli ha desarrollado con éxito una nueva máquina fabricante de *«spaghettis»* que los produce en apenas 55 segundos.

Este aparato constituía una de las principales novedades del reciente certamen ENADA celebrado la localidad italiana de Rimini.

Este artículo, aislado de cualquier problema relacionado con la electricidad o conservación cumple con todas las disposiciones y regulaciones de sanidad exigibles por las autoridades.

Esta máquina productora de «spaghettis» ha obtenido una rápida consideración por parte de numerosos operadores implicados con el sector de hostelería, no sólo por su originalidad, sino porque puede proporcionar unos interesantes beneficios para la empresa titular del aparato si supera las ventas de 25 platos al día.

La máquina exhibida en Rímini ha causado furor entre los operadores italianos

Si el plato de «spaghettis» es vendido a 400 pesetas, los beneficios previstos para el operador podrían ascender, a una media de venta de 50 platos diarios, aproximadamente 20.000 pesetas diarias.

Quizás el factor que promueve un mayor reparo sea la garantía que pueda proporcionar la cocción en este tipo de aparatos. El producto tiene una acabado en acero inoxidable y la instalación eléctrica es completamente independiente del interior del artículo.

Induferias, a tope con hostelería

Cartel promocional de INDUFERIAS

La próxima edición de INDUFERIAS, que se celebrará en Valencia entre el 24 y el 27 de noviembre se decanta plenamente hacia el sector de hostelería sin olvidar, por supuesto, el relacionado con atracciones para ferias, elementos para parques infantiles, sonido e iluminación, parques acuáticos, máquinas para juegos de azar, bingos, elementos auxiliares y caravaning.

Las perspectivas iniciales no pueden ser más alentadoras atendiendo a que el número de empresas expositoras que han confirmado su asistencia duplica el acreditado en la edición precedente.

El sector de hostelería ya se configura en estos momentos como el máximo representante en el certamen valenciano.●

Incipiente asociación empresarial en Hungría

El espíritu asociativo que en la segunda mitad de los ochenta debía insuflarse hacia el automático en España halla respuesta ahora fuera de nuestras fronteras con el proyecto de unidad que programan los operadores húngaros.

El automático se suma al resto de actividades industriales

Una representación del incipiente colectivo de empresas operadoras surgido en Hungría ha mantenido una reunión recientemente en Budapest con el objetivo de constituir una asociación empresarial que sirva para defender sus aspiraciones dentro del automático.

Hungría es valorada por Occidente como uno de los países con mayor iniciativa en esta actividad del conjunto de países que configuran el antiguo bloque del Este.●

La restricción llega a Malta

Las autoridades de la isla de Malta han tomado la drástica decisión de impedir la instalación de máquinas recreativas con premio, salvo las situadas en los casinos existentes en la superficie de este pequeño estado mediterráneo.

Hasta la fecha en que se decidió la imposibilidad de instalar estas máquinas, los bares y cafeterías de Malta observaban tres máquinas recreativas indistintas, que requerían para su instalación la pertinente licencia policial en el permiso que previamente otorga la Administración.

Videojuegos, «pin-balls» y mesas de aire son consideradas máquinas recreativas en la vigente legislación. Cada máquina debe satisfacer unos derechos cifrados en 100 libras maltesas anualmente, alrededor de 32.000 pesetas, que satisfarán los propietarios de los permisos.

Aunque Malta diseña un programa de acción que permita afrontar con garantías la Unión Europea salida de Maastricht que podría representar el añadido de nuevos impuestos, lo cierto es que momentáneamente ninguna máquina instalada en este país paga IVA.

La cuestión fiscal en este terreno se salda únicamente con el pago de un 35 por ciento de los ingresos obtenidos por la empresa propietaria de la máquina.●

Nuevo certamen especializado en Suecia

En los últimos meses se está observando un paulatino interés de distintos países por organizar eventos especializados sobre el recreativo.

Si recientemente anunciábamos la convocatoria de certámenes en San Petersburgo, Oslo o Tokio, ahora debe avanzarse que Estocolmo prevé la organización de una feria del 1 al 4 de octubre próximos.

Organizada por la asociación empresarial sueca de empresarios del recreativo, SVAR, cuenta como nombre genérico el de Nöjesmässa Exhibition.

El interés del empresariado nórdico es consolidar una feria de este tipo con carácter anual.●

Coke invierte en el Este

La multinacional de bebidas norteamericana Coca-Cola ha puesto sus ojos en los mercados del centro y este de Europa, donde piensa

La multinacional destinará 45 millones a la antigua RDA

invertir alrededor de cien mil millones de pesetas, en los próximos tres años.

La compañía realizará una inversión de más de cuarenta y cinco mil millones de pesetas en la antigua República Democrática Alemana.

En Polonia, donde la empresa de bebidas refrescantes ha inaugurado recientemente una planta en la localidad de Gydnia, invertirá tres mil millones de pesetas.

Algunas de las principales acciones de Coca-Cola para ampliar estos mercados consisten en la apertura de una factoría en Bydgoszcz, otra en Varsovia, y un centro de reciclaje en Radzymin.

La empresa norteamericana piensa ampliar su mercado en algunos países como Bulgaria, Checoslovaquia, Hungría, Rumania, Rusia, Ucrania, Albania y las repúblicas bálticas.●

Birminghan, la mayor oferta de las industrias del ocio

Gestión de parques recreativos, clubes de fitness, nigtclubs, salones recreativos o cualquier otra actividad relacionada con el tiempo de ocio y las actividades lúdicas de los ciudadanos constituyen los ejes sobre los que gira la celebración del certamen Leisure Industry Week, feria que tiene lugar a finales del mes de septiembre en Birminghan.

Para miles de profesionales vinculados directa o indirectamente con estos sectores el evento en el National Exhibition Centre es el punto de encuentro anual debido a los siete temas monográficos que lo configuran.

La anterior edición celebrada en 1991 recibió la visita de 12.057 profesionales procedentes de lugares tan dispares como pueden ser Rusia, Arabia Saudí, Canadá, el Sudeste Asiático, Sudamérica o Estados Unidos.

El National Exhibition Centre de Birminghan será el escenario entre el 22 y el 24 de septiembre

Las previsiones de la presente edición hablan de más de 400 empresas expositoras. Además, el certamen incorporará una serie de conferencias y mesas redondas con los diferentes sectores afectados.

El National Centre es un recinto ferial acondicionado con los últimos avances arquitectónicos y de funcionalidad.●

Alemania

La presión fiscal afecta al mayor fabricante del automático

Meses atrás la opinión pública internacional supo de la decisión de la firma automovilística francesa Peugeot de aumentar a tres los días festivos semanales de sus trabajadores a costa de trabajar el resto de laborables hora y media más.

Esta nueva orientación de la jornada laboral halla ahora réplica en la factoría alemana del grupo Gauselmann, aunque en este caso sean otros conceptos mucho más coyunturales los que han invitado a tomar la decisión. En efecto, sus trabajadores dispondrán de un largo fin de semana con *«fiesta»* los viernes y lunes por tiempo indefinido.

Esta es la primera medida drástica adoptada por el grupo que en la actualidad emplea un total de 5.000 trabajadores.

Las razones que este grupo líder del sector del recreativo en Alemania es la fuerte presión fiscal que también ha aterrizado en el sector alemán y las consecuencias que ello ha acarreado.

El parque descendió en más de 10.000 unidades durante 1991

Paul Gauselmann toma drásticas medidas

Las tasas han aumentado en Alemania por valor de 300 millones de marcos desde 1987. De ahí que no resulte extraño que desde el próximo 1 de enero el operador satisfaga una tasa sobre la recaudación de la máquina que representa el 38 por ciento de los ingresos obtenidos aproximadamente.

La recaudación de las máquinas recreativas con premio pueden haber descendido en torno al 14 por ciento durante el año 1991, una circunstancia que ha repercutido en una disminución del parque en más de 10.000 máquinas.

Tal como ha informado «ER» en ediciones anteriores la fuerte presión fiscal también ha salpicado el segmento de las máquinas de videojuego con la imposición de tasas muy elevadas.

Incluso los municipios de las principales capitales de Alemania han apostado por la imposición de hechos imponibles sobre aparatos de videojuego.

En este último caso la valoración siempre responde a los criterios que transmite la placa. Es decir, si refleja consideraciones de tipo violento le es impuesta una tasa.

Así han actuado los consistorios de ciudades como Stuttgart, Frankfurt, Hamburgo y Hannover que esperan engrosar sus arcas de la manera más sencilla.

El hecho de que el mayor grupo fabricante alemán tome medidas drásticas es un claro indicador de la recesión que vive el sector.●

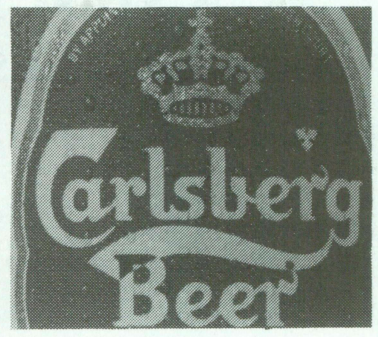
Carlsberg eleva su beneficio

El grupo cervecero danés Carlsberg ha elevado el beneficio a 670 coronas danesas, unos 10.720 millones de pesetas, durante el primer semestre del presente año.

Las ventas alcanzaron los 75.200 millones de pesetas

Este resultado representa un aumento del 7,6 por ciento respecto al obtenido en el mismo periodo de tiempo el pasado año.

El estancamiento del consumo de cerveza en Dinamarca y otros mercados ha frenado las ventas del grupo, que tan sólo alcanzaron los 75.200 millones de pesetas.



El Este de Europa, nuevo objetivo

La empresa danesa ha ideado un nuevo plan estratégico, centrado en la expansión en los países de Europa del Este.

Carlsberg, que posee 35 sociedades danesas y 45 extranjeras, ha centrado su interés principalmente en Ucrania.●

Estados Unidos

Los tribunales resuelven un caso de patentes de videojuego

El sistema de juego *«Génesis»*, que proyectaba la firma Sega como nueva placa de videojuego para los próximos meses, ha sufrido un serio revés debido a la sentencia de una corte federal de los Estados Unidos que ha debatido sobre la propiedad de esta patente.

Según ha decidido el Tribunal de Defensa de la Competencia norteamericano la patente de esta placa corresponde al inventor y diseñador, Jan Coyle.

El veredicto del tribunal representa unas pérdidas próximas a los 33 millones de dólares.

El fallo permitirá a Coyle desarrollar su patente para el uso de placas de videojuego, así como para señales de audio.

La respuesta de la multinacional japonesa no se ha hecho esperar y su presidente se ha aprestado a cuestionar el nivel de los magistrados que han decidido acerca de este litigio de patentes.●

EL SECTOR EN FERIAS

• 22-23 julio: Latin American Amusement and Music and Games Exposition, en Ciudad de México (México).

• 27-29 agosto: JAMMA SHOW, en Tokio (Japón).

• 22-24 septiembre: Congreso y Exposición Mundial del Juego, en Las Vegas, Nevada (EE.UU.).

• 24-25 septiembre: Queensland Amoa Convention, en Queensland (Australia).

• 1-3 octubre: AMOA, en Chicago (EE.UU.)

• 1-4 octubre: NÖJESMÄSSA'92, en Estocolmo (Suecia).

• 13-16 octubre: SEATRADE'92 en Singapur.

• 14-15 octubre: AL PREVIEW, en Londres (Gran Bretaña).

• 15-18 octubre: ENADA, en Roma (Italia).

• 21-23 octubre: FER'92, Barcelona.

• 21-23 octubre: Eastern Europe Leisure Exhibition, en San Petersburgo (Rusia).

• 30-31 octubre: Norsk Automatmesse'92, en Oslo (Noruega).

• 24-27 noviembre: INDUFERIAS, en Valencia.

• 8-11 diciembre: FORAINEXPO/AMUSEXPO, en París (Francia).

• 9-11 diciembre: Riverboat Gaming Congress, Nueva Orleans, Louisiana (EE.UU).

• 5-7 enero: VANEXPO, en Maastricht (Holanda).

• 14-16 enero: EURO RAG, en Brighton (Gran Bretaña).

Máquinas de póker por créditos, ¿ilegales?

Un complejo caso de litigio sobre la legalidad o ilegalidad de una máquina está en plena fase de pleito en la República de Irlanda.

Un juzgado de distrito de Dublín precintó el pasado mes de mayo 19 máquinas que utilizan el juego del póker en un establecimiento de hostelería.

Estos aparatos fueron precintados porque al parecer se valían de un código y un sistema de créditos no ajustados a la legislación irlandesa sobre el recreativo.

Fuentes policiales indican que una vez el cliente jugaba en la máquina con un sistema de fichas posteriormente éstas eran convertidas en dinero en la caja.

La sociedad afectada es Kimble, que ha denegado cualquier contravención de la legislación sobre Loterías y Juegos que se remonta a 1956, considera que la máquina de póker estaba específicamente diseñada a cumplir con esta legislación.

Las autoridades gubernamentales argumentan que los pagos de las máquinas han sido manipuladas que no la convierten en elemento de azar o recreativa.

Alrededor de 200 máquinas de póker estaban funcionando en Irlanda en normalmente.●

ANUNCIOS CLASIFICADOS

ER/Hostelería incorpora una nueva sección:
ANUNCIOS CLASIFICADOS GRATUITOS de caracter particular
ER/Hostelería con la idea de dar un buen servicio a sus lectores, incorpora en su edición quincenal
este servicio gratuito.
Si es Vd. suscriptor o lector de ER, tiene a su disposición la sección de
ANUNCIOS CLASIFICADOS GRATUITOS
Pudiendo insertar su mensaje tantas quincenas como sea necesario.
ER le ofrece la publicación de su mensaje (30 palabras por anuncio) GRATIS.
* Si Vd. necesita comprar o vender su coche, moto, furgoneta, caravana, etc., etc.
* Si Vd. necesita comprar, vender o alquilar un piso, local, terreno, etc., etc.
* Si Vd. está buscando trabajo o bien si necesita contratar personal, etc., etc.
* Si Vd. dispone o necesita de material de ocasión, neveras, cocinas, congeladores, sillas, muebles, etc., etc.

Para publicar su anuncio:

Por teléfono:	(93) 318 58 15
Por fax:	(93) 302 29 54
Por correo:	ER/HOSTELERIA
(utilice n/orden de inserción)	Plaza Duque de Medinacelli, 5, 1.º 08002 BARCELONA

NO LO DUDE, emita su mensaje GRATIS en ER/Hostelería.
Quincenalmente se renovaran los anuncios insertados.
Si desea nuevas inserciones no dude en comunicarnoslo.

ORDEN DE INSERCION GRATUITA

NOMBRE .....
DIRECCION .....
LOCALIDAD .....
TEL ( ) .....
FAX ( ) .....
N.I.F. .....
Profesión .....
Sector .....

TEXTO (máximo 30 palabras)
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

REMITIR A: **ER/HOSTELERIA.** Plaza Duque de Medinacelli, 5, 1.º — 08002 Barcelona

Bolsa de trabajo

Ofertas

Si usted busca un nuevo negocio nosotros lo tenemos. Poca inversión, fácil de controlar, de mucho futuro y rentabilidad. En este momento es un negocio que está empezando. Telf. (91) 473.45.44.

Instalación, reparación y fabricación de calefacción de mesas de billar. Telf. (93) 846.20.12.

Si busca un nuevo negocio, nosotros lo tenemos. Beneficios mínimos estimados: unas 500.000 ptas. mensuales sin esfuerzo para usted. No hay que hacer inversión. No es del sector del recreativo, pero tiene relación. Telf. (91) 473.30.46.

Empresa distribuidora de cavas y vinos desea contactar con almacenistas y distribuidores, zona Sierra de Madrid, para ofrecer su gama de vinos y cavas. Contactar con Sr. Santiago Sánchez. Telf. y Fax (91) 811.33.25.

Demandas

Se necesitan distribuidores para toda España de cónsolas de videojuegos, cartuchos y complementos ¡Muy interesante!. Telf. (91) 473.30.46.

Se necesita distribuidor autónomo para provincias. Producto de gran consumo popular y novedoso en el mercado. Muy interesante para personas relacionadas con videoclubs, tiendas de informática, tiendas de regalo, etc... Telf. (91) 473.24.45.

Compra/ Venta

Interesaría comprar: máquinas tiro al plato modelo ITISA 2. En cualquier estado y grúas SEGA, tres jugadores, modelo 6000 LUKE. Telf. (972) 77.02.54

Compro explotación de máquinas tipo A en Barcelona o cercanías. Telf. (93) 426 17 54.

Vendo máquina de golf seminueva. Telf. (93) 490.37.79 y 490.47.59.

Vendo máquinas de dardos americanas seminuevas. Telf. (93) 490.37.79 y 490.47.59.

Interesaría comprar empresa operadora de 300 máquinas tipo B o más. Preferente zona Madrid, Barcelona, Valencia, Zaragoza, Sevilla y Bilbao. Telf. (93) 426 17 54.

Vendo dos máquinas tipo B, dos máquinas tipo A, billar carambola, máquina de tabaco Azkoyen, futbolín, tres pistas de bolos Maibesa. Todo en perfecto estado. Precio a convenir. Sr. Aurelio. Telf. (95) 251 61 24 y Fax (95) 251 62 86.

Se compran explotaciones de máquinas tipo A y tipo B en Barcelona o Gerona. Telf. (93) 334 29 50

Tentación: Si alguien tiene una máquina tipo B, modelo «Tentación», con guía y sin diligenciar, se la compro. Teléfono y Fax (928) 78 09 81.

Se compran explotaciones de máquinas A ó B en provincia de Barelona o Gerona. Telf. (93) 334.29.50.

Se venden dos permisos de máquinas tipo B para Barcelona. Telf. (93) 375.26.01.

Vendo dos miniboleras funcionando, por cambio de actividad. Telf. (91) 843.04.50.

Particular, vendo circuitos conmutadores para dos placas, con mangueras y conectores JAMMA. Precio: 7.500 Ptas. Telf. (987) 21.30.88.

Vendo máquinas «B» en baja provisional, para zona Andalucía. Proporcionaré documentación a nombre de la nueva empresa. Telf. (95) 423.19.07 y Fax (95) 423.19.06.

Locales

Alquilo servicio de cafetería de salón de juego de tipo «B». Zona muy comercial en Madrid. Telf. (91) 473.96.23.

Supercomercialísima pizzeria junto boca de Metro; zona muy comercial; alta facturación; traspaso en condiciones a convenir. Telf. (91) 473.96.23.

En traspaso o en alquiler. En polígono industrial de Tarazona. Bar-restaurante, boleras, escalextric, billares, tragaperras y air-game. A familia hostelera o 3 socios. Facilidades hasta 10 años. Sr. Giménez. Telf. (976) 64.31.34.

Ofertas

Vendo infantiles de ocasión. Varios modelos. Telf. (972) 77.02.54.

Vendo máquina horóscopo, que lee la mano. Modelo Tutan-Kamon. Precio: 350.000 ptas. Telf. (972) 77.02.54.

Sunset rider 75, WF II 35, Wilow 70, Superstar 25, Galspanic 45, Trivial Pursuit VI 60, Cave Manninja 25, Hardhead II 40, Chopper I 10, Simpsons 80, Grude Buster 35, Final Fire 60, Haumlet Castle 10, Clas Road 10, Cabal 25, P47 15. Compro Aereos originales Capcom. Telf. (96) 583.36.77 y 586.56.52.

Vendo circuitos conmutadores para dos placas, con mangueras y conector JAMMA. Precio: 7.500 ptas. Telf. (987) 21 30 88.

Vendo lote 12 máquinas dardos fabricadas Cic-Play mod. Dart-Play y Sport-Damjer. Listas para funcionar. No negociables, por 475.000 ptas. Preguntar por Luis o Joaquín. Telf. (96) 539 09 11.

Vendo doce máquinas tipo A, dos dianas electrónicas y dos futbolines seminuevos, algunas instaladas en zona sur de Madrid. Los videos llevan instalado un sistema para poder jugar con 3 ó 4 placas a la vez. Telf. (91) 798 14 17.

Vendo pistas de coches marca DISLOT para seis coches con sonido parlante, repuestos y accesorios múltiples, con vitrina expositora, 18 coches, etc... PVP 850.000 ptas. Interesados llamar al Telf. (96) 539.09.11. Preguntar por Luís.

Se venden placas de video de segunda mano. Llamar en horas de oficina al Telf. (93) 353.70.62. Señor Gargallo o Señor Sánchez.

SnowBros-25, Rod Land-25, Hamelin Harry-35, World Cup 90-20, Pacland 35, Golden Axe 28, Rainbow Island 30, Toki 25, Crude Buster 35, Simpson 75, Deac Angle 30, Final Fight 50, Don Doco Don 40, Sunset Raider 75. Telf. (96) 583.36.77.

Placas: Hard head 2 35, Street smart 25, Dinamite dux 18, Super stars 20, Blood Bross 27, Shicann 2 15, Cavern ninja 25, Flash point 10, etc. Telf. (96) 556.51.35.

Placas: Thunder Blade 130, Champion Whestler 40, Pacmania 35, Karate Blazers 45, Capitan Comando 45, Legend of hero Tomna 30, Hammery harry 30, etc. Telf. (96) 556 51 35.

Oportunidad

Vendo S.L. con permiso de empresa operadora inactiva con aval. Telf. (93) 426 17 54.

Salones

Se traspasa Salón A y B, en primera línea de la playa. Interesados dirigirse al Apartado de Correos 230, 03724 de Alicante.

Varios

Venta explotación de 100 máquinas tipo «B», en Colombia. Telf. (93) 564.16.97.

Vendo colección de botellines miniatura; 60 distintos, 12.000 ptas. Telf. (93) 354.50.11.

Antes de gastarse 6.000 millone en un hotel que no sabe si se a va a llenar, problemas de personal, o según reclamo publicitario, a partir de 50 millones dan el 11,5, ¡por favor, llámeme! Sr. Cuffi. Telf. (93) 458 70 16. Barcelona.

Compraría empresa pequeña (de 10 a 20 máquinas) en Barcelona o cercanías. Telf. (93) 426 17 54.

Ventas

Vendo 37 plazas de parking en calle Cros n.º 12 (Sants). Precio: 3.550.000 ptas. Telf. (93) 426 17 54.

En venta plazas de parking en Montcada Centro (Barcelona). Inversión 2.800.000 ptas. Telf. (93) 564.01.08.

Casas

Bar-restaurante, entrada a Blanes en carretera. Nuevo, 3 años. 100 m^2 más 30 m^2 de terraza. Se vende o cambia por explotación máquinas tipo A ó B. Telf. (93) 334.29.50.

DATAMAT, S. A.

IMPORT - EXPORT

ULTIMAS NOVEDADES EN PLACAS DE VIDEO-JUEGOS

DISPONEMOS DE MAS DE 50 JUEGOS DIFERENTES

CONSULTENOS SIN COMPROMISO

Licenciado Poza, 73 - 48013 BILBAO ☎ **(94) 442 53 14**
Télex 34224 DAMT-E - Fax (94) 442 53 18

«Steel Gunner», una placa que llega, ya incorporada en el «ranking» de ciertas autonomías

Fin del primer semestre de 1992, un período de seis meses que permite consolidar a tres líderes incuestionables en otros tantos «rankings» por tipología de la máquina: TETRIS, 250 C.C. y BABY FORMULA. Todos ellos con la atenuante añadida de que su éxito se remonta a meses atrás.

La última quincena de junio refleja una mejoría significativa de JOKER CHIP hasta el punto de convertirlo en aventajado líder del «ranking» nacional solamente perseguido por BABY FORMULA y SCALA, aunque con la ventaja de que estas dos últimas únicamente abanderan su regularidad. Por abajo el hecho más llamativo es la evolución creciente de MINI FRUITS y, por supuesto, de CASINO ROYAL. Loable la regularidad manifiesta de GOLDEN CHIP y GOLD RUN.

En el terreno de los videojuegos el elemento que mejor define el actual «status» de este «ranking» es la estabilidad. Una regularidad que evidencia el diáfano liderazgo de TETRIS, la continuidad de TURTLES y SIMPSONS y la progresión paulatina de STREET FIGHTER, a escasa distancia de KING OF DRAGONS. Agradables sorpresas del último mes son SPIDERMAN y STEEL GUNNER, dos placas que se incorporan con cierta fuerza en las diferentes Comunidades Autónomas.

Ranking Nacional de Máquinas B

1. «Joker Chip»..... SEGA-SONIC
2. «Baby Fórmula»..... FRANCO
3. «Scala»..... UNIDESA
4. «Casino Royal»..... UNIDESA
5. «Golden Chip»..... SEGA-SONIC
6. «Mini Fruits»..... UNIDESA

Ranking Nacional de Videojuegos

1. «Tetris»
2. «Turtles»
3. «Simpsons»
4. «King of Dragons»
5. «Street Fighter»
6. «Spiderman»

Balance del semestre

La placa de videojuego «Asterix» se introdujo en el mercado durante el primer semestre. Los resultados comienzan a apreciarse ahora

«MAQUINAS B»

(Primera quincena enero — Segunda quincena junio 1992)

1. «Baby Fórmula».....FRANCO
2. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
3. «Scala».....UNIDESA
4. «Golden Chip».....SEGA-SONIC
5. «Casino Royal».....UNIDESA
6. «Gold Run».....SEGA-SONIC

«PIN-BALL»

(Primera quincena enero — Segunda quincena junio 1992)

1. «250 C.C.».....INDER
2. «Fun House».....UNIDESA
3. «Clown».....INDER
4. «Mundial 90».....INDER
5. «Terminator».....UNIDESA
6. «Corsario».....INDER

«VIDEOJUEGOS»

(Segunda quincena enero — Segunda quincena junio 1992)

1. «Tetris»
2. «Turtles»
3. «Simpsons»
4. «Out Run»
5. «Golden Axe»
6. «King of Dragons»

LE REGALAMOS GEMAS ENERGETICAS

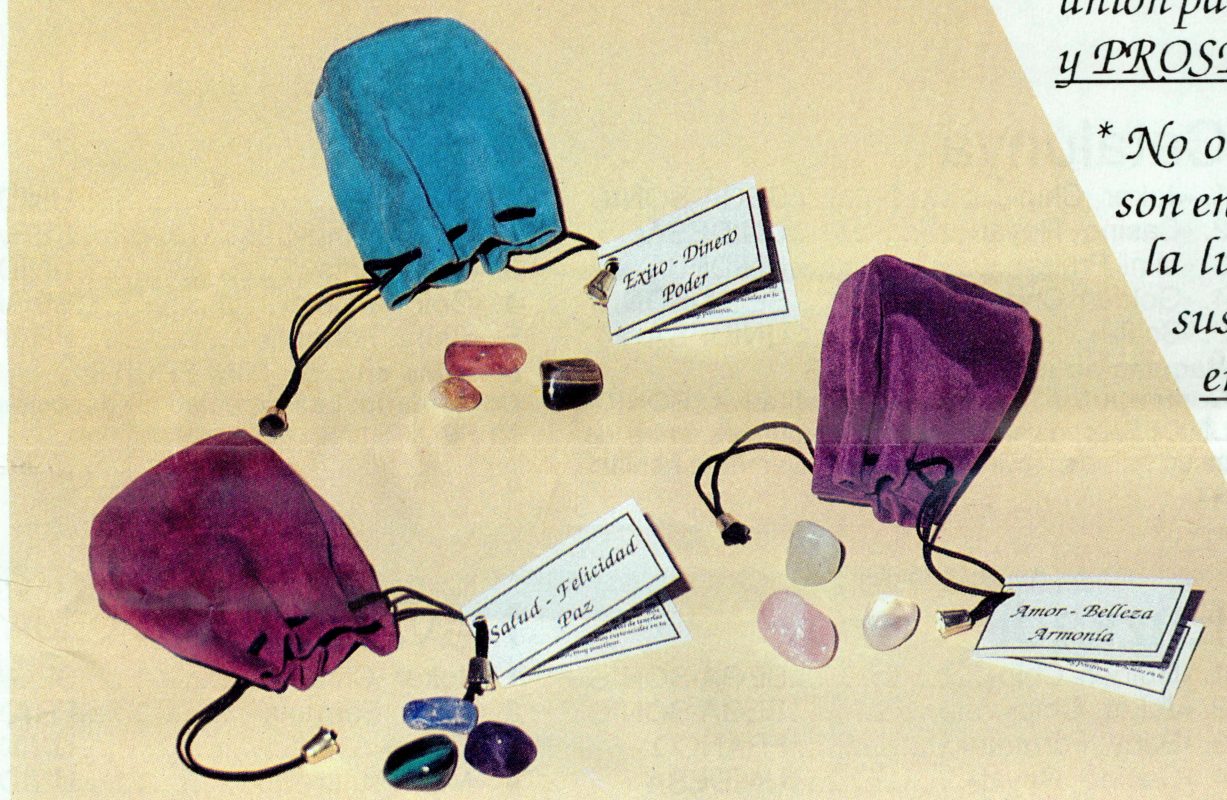
AL SUSCRIBIRSE O RENOVAR SU SUSCRIPCION POR UN AÑO A "ER"-HOSTELERIA, RECIBIRA UNA ORIGINAL BOLSITA, A SU ELECCION, DE GEMAS ENERGETICAS

GEMAS ENERGETICAS

* *Las más bellas GEMAS, importadas directamente de Brasil, Colombia y Chile, están ahora preparadas para transmitirte su inmensa energía.*

* *Los Tibetanos las consideran sagradas, los Indios de Norte-América las veneran, en Egipto y Oriente las incrustan en sus objetos de culto; hoy en Occidente las redescubrimos y las acercamos a nosotros como vínculo de unión para propiciar SALUD, AMOR y PROSPERIDAD.*

* *No olvidemos que estas GEMAS, son entidades vivientes que reflejan la luz del Cosmos, captando con sus colores la esencia misma de la energía.*



Ahora tienes en tus manos la posibilidad de escoger para tí y los tuyos, las GEMAS con las que más te identifiques;

un regalo del Universo.

Don .....
Calle ..... n.º ..... Piso .....
Cod. Postal ..... Ciudad ..... Provincia .....
Teléfono (.....) ..... N.I.F. .....

- ❑ Pago en efectivo ..... 6.500 PTS. (IVA INCLUIDO)
- ❑ Cheque bancario ..... 6.500 PTS. (IVA INCLUIDO)
- ❑ Contra reembolso ..... 6.500 PTS. (IVA INCLUIDO)

Con mi Suscripción a "ER" RECIBIRE TOTALMENTE GRATIS LAS GEMAS ENERGÉTICAS EN LA BOLSITA POR MÍ ELEGIDA

- ❑ Amor, Belleza, Armonía (Cristal de roca, Cuarzo rosa y Jade)
- ❑ Exito, Dinero, Poder (Ojo de tigre, Cuarzo citrino y Agata cornalina)
- ❑ Salud, Felicidad, Paz (Amatista, Malaquita y Lapislázuli)

(Marque con una X la bolsita que usted desea)

"ER"-HOSTELERIA: Plaza Duque de Medinaceli, 5, 1.º - Teléfono (93) 318 02 36
Fax (93) 302 29 54 - 08002 Barcelona

Andalucía

1. «Baby Fórmula».....FRANCO
2. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
3. «Mini Fruits».....UNIDESA
4. «Scala».....UNIDESA
5. «Gold Run».....SEGA-SONIC

Máquina en alza: MINI FRUITS
Comentario: Lento pero progresivo ascenso de MINI FRUITS en la comunidad andaluza. Los dos primeros lugares, imperturbables.

Aragón

1. «Casino Royal».....UNIDESA
2. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
3. «Baby Fórmula».....FRANCO
4. «Scala».....UNIDESA
5. «Mini Fruits».....UNIDESA

Máquina en alza: CASINO ROYAL y MINI FRUITS
Comentario: El protagonismo de la quincena corresponde a los dos modelos de UNIDESA.

Asturias

1. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
2. «Casino Royal».....UNIDESA
3. «Gold Run».....SEGA-SONIC
4. «Scala».....UNIDESA
5. «Golden Chip».....SEGA-SONIC

Máquina en alza: JOKER CHIP
Comentario: Firme protagonismo de JOKER CHIP, mientras MINI FRUITS continúa su progresión.

Baleares

1. «Casino Royal».....UNIDESA
2. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
3. «Golden Chip».....SEGA-SONIC
4. «Mini Fruits».....UNIDESA
5. «Baby Fórmula».....FRANCO

Máquina en alza: MINI FRUITS
Comentario: La nota sobresaliente de la quincena se concentra en el poderío de MINI FRUITS.

Canarias

1. «Casino Royal».....UNIDESA
2. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
3. «Scala».....UNIDESA
4. «Golden Chip».....SEGA-SONIC
5. «Baby Fórmula».....FRANCO

Máquina en alza: CASINO ROYAL
Comentario: No hubo cambios en esta Comunidad, que observa una clara progresión de CASINO ROYAL.

Cantabria

1. «Scala».....UNIDESA
2. «Mini Fruits».....UNIDESA
3. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
4. «Baby Fórmula».....FRANCO
5. «Gold Run».....SEGA-SONIC

Máquina en alza: JOKER CHIP
Comentario: JOKER CHIP asienta sus reales en la tercera posición, luego de verificar un significativo ascenso esta última quincena.

Castilla-La Mancha

1. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
2. «Baby Fórmula».....FRANCO
3. «Casino Royal».....UNIDESA
4. «Gold Run».....SEGA-SONIC
5. «Mini Fruits».....UNIDESA

Máquina en alza: JOKER CHIP
Comentario: La quincena no reporta sorpresas de enjundia en la región castellano-manchega.

Castilla-León

1. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
2. «Baby Fórmula».....FRANCO
3. «Casino Royal».....UNIDESA
4. «Scala».....UNIDESA
5. «Golden Chip».....SEGA-SONIC

Máquina en alza: JOKER CHIP
Comentario: Sólido liderazgo de JOKER CHIP en esta región. CASINO ROYAL a la expectativa.

Catalunya

1. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
2. «Casino Royal».....UNIDESA
3. «Mini Fruits».....UNIDESA
4. «Golden Chip».....SEGA-SONIC
5. «Scala».....UNIDESA

Máquina en alza: MINI FRUITS
Comentario: Bipolaridad cualitativa SONIC-UNIDESA con ventaja para los segundos, entre los cinco primeros puestos cuantitativamente hablando.

Euzkadi

1. «Golden Chip».....SEGA-SONIC
2. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
3. «Baby Fórmula».....FRANCO
4. «Casino Royal».....UNIDESA
5. «Gold Run».....SEGA-SONIC

Máquina en alza: JOKER CHIP
Comentario: Significativo predominio en una comunidad asaltada por otros acontecimientos más impositivos.

Extremadura

1. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
2. «Baby Fórmula».....FRANCO
3. «Golden Chip».....SEGA-SONIC
4. «Scala».....UNIDESA
5. «El Tren».....FRANCO

Máquina en alza: JOKER CHIP
Comentario: Inalterable orden en la región extremeña. JOKER y BABY presiden con claridad.

Galicia

1. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
2. «Golden Chip».....SEGA-SONIC
3. «Gold Run».....SEGA-SONIC
4. «Baby Fórmula».....FRANCO
5. «Super Chip».....SEGA-SONIC

Máquina en alza: JOKER CHIP
Comentario: A despecho de ser reiterativos, esta Comunidad vive un verdadero «impasse».

La Rioja

1. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
2. «Casino Royal».....UNIDESA
3. «Gold Run».....SEGA-SONIC
4. «Baby Fórmula».....FRANCO
5. «Scala».....UNIDESA

Máquina en alza: CASINO ROYAL
Comentario: Atención al buen rendimiento de GOLD RUN, mientras JOKER CHIP consolida el liderazgo.

Madrid

1. «Golden Chip».....SEGA-SONIC
2. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
3. «Casino Royal».....UNIDESA
4. «Baby Fórmula».....FRANCO
5. «Scala».....UNIDESA

Máquina en alza: JOKER CHIP
Comentario: JOKER CHIP continúa siendo la máquina con mayor progresión en esta Comunidad.

Murcia

1. «Scala».....UNIDESA
2. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
3. «Mini Fruits».....UNIDESA
4. «Golden Chip».....SEGA-SONIC
5. «Baby Fórmula».....FRANCO

Máquina en alza: MINI FRUITS
Comentario: Las expectativas depositadas en MINI FRUITS.

Navarra

1. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
2. «Baby Fórmula».....FRANCO
3. «Scala».....UNIDESA
4. «Mini Fruits».....UNIDESA
5. «Bolsa Oro».....OPER-COIN

Máquina en alza: JOKER CHIP
Comentario: El avance de JOKER CHIP halla reflejo en su recién estrenado liderazgo.

Comunidad Valenciana

1. «Scala».....UNIDESA
2. «Baby Fórmula».....FRANCO
3. «Mini Fruits».....UNIDESA
4. «Joker Chip».....SEGA-SONIC
5. «Rochy-2».....INDER

Máquina en alza: MINI FRUITS
Comentario: Posiciones parejas en esta región, aunque la mayor baza corresponde a MINI FRUITS.

El «ranking» de máquinas «B» se realiza a través de un sondeo estadístico efectuado entre diferentes empresas operadoras de cada una de las provincias. Posteriormente el resultado obtenido se expone en la clasificación de las cinco máquinas más recaudadoras de cada autonomía.•

Andalucía

1. «Tetris»
2. «Street Fighter»
3. «Simpsons»
4. «Turtles»
5. «Golden Axe»

Placa en alza: STREET FIGHTER
Comentario: Insustituible TETRIS en el primer puesto y STREET FIGHTER escalando posiciones.

Aragón

1. «Tetris»
2. «Simpsons»
3. «Turtles»
4. «Asterix»
5. «Street Fighter»

Placa en alza: ASTERIX
Comentario: El héroe de la Galia asciende posiciones en el «ranking» aragonés. TETRIS firme líder.

Asturias

1. «Tetris»
2. «Simpsons»
3. «Turtles»
4. «Asterix»
5. «Street Fighter»

Placa en alza: ASTERIX
Comentario: También esta Comunidad se suma al carro exitoso de ASTERIX. STREET FIGHTER no puede tampoco desdeñarse.

Baleares

1. «Turtles»
2. «Tetris»
3. «King of Dragons»
4. «Golden Axe»
5. «Simpsons»

Placa en alza: SPIDERMAN
Comentario: No hay mayores novedades en esta Comunidad, salvo el éxito que revela SPIDERMAN.

Canarias

1. «Turtles»
2. «Spiderman»
3. «King of Dragons»
4. «Street Fighter-2»
5. «Golden Axe»

Placa en alza: KING OF DRAGONS
Comentario: Atención a la escalada de TETRIS. El éxito de momento corresponde a KING OF DRAGONS.

Cantabria

1. «Tetris»
2. «Simpsons»
3. «Spiderman»
4. «Out-Run»
5. «Turtles»

Placa en alza: TETRIS
Comentario: Mientras SPIDERMAN prosigue su ascenso, TETRIS se perfila líder indiscutible.

Castilla-La Mancha

1. «Tetris»
2. «Simpsons»
3. «Turtles»
4. «King of Dragons»
5. «Golden Axe»

Placa en alza: KING OF DRAGONS
Comentario: La placa KING OF DRAGONS revela la mayor progresión del último mes.

Castilla-León

1. «Turtles»
2. «Tetris»
3. «Spiderman»
4. «Robocop»
5. «Simpsons»

Placa en alza: SPIDERMAN
Comentario: Claro elenco de nominaciones cinematográficas en esta Comunidad. SPIDERMAN, valor más seguro.

Catalunya

1. «Tetris»
2. «King of Dragons»
3. «Street Fighter»
4. «Turtles»
5. «Simpsons»

Placa en alza: KING OF DRAGONS
Comentario: Incombustible liderazgo de TETRIS, mientras KING OF DRAGONS se consolida en el segundo lugar.

Euzkadi

1. «Tetris»
2. «Turtles»
3. «Asterix»
4. «King of Dragons»
5. «Spiderman»

Placa en alza: ASTERIX
Comentario: La placa del héroe galo prosigue su particular escalada en esta Comunidad.

Extremadura

1. «Tetris»
2. «Turtles»
3. «Spiderman»
4. «Simpsons»
5. «Out-Run»

Placa en alza: SPIDERMAN
Comentario: Consolida el progresivo ascenso de SPIDERMAN en esta región.

Galicia

1. «Turtles»
2. «Simpsons»
3. «Tetris»
4. «Street Fighter»
5. «Toki»

Placa en alza: STREET FIGHTER
Comentario: El mayor balance del último mes corresponde a STREET FIGHTER.

La Rioja

1. «Tetris»
2. «Out-Run»
3. «Golden Axe»
4. «Turtles»
5. «Simpsons»

Placa en alza: STREET FIGHTER
Comentario: Posiciones estabilizadas en la Comunidad riojana. STREET FIGHER aprecia las mayores garantías.

Madrid

1. «Street Fighter»
2. «Tetris»
3. «Spiderman»
4. «King of Dragons»
5. «Steel Gunner»

Placa en alza: SPIDERMAN
Comentario: Crisol de modelos en la Comunidad madrileña donde TETRIS postula su opción al primer puesto. Bien por STEEL GUNNER.

Murcia

1. «Turtles»
2. «Simpsons»
3. «Tetris»
4. «Robocop»
5. «Out-Run»

Placa en alza: TETRIS
Comentario: Comunidad atípica la murciana que observa el claro ascenso de TETRIS.

Navarra

1. «Tetris»
2. «Turtles»
3. «Simpsons»
4. «Golden Axe»
5. «Out-Run»

Placa en alza: TETRIS
Comentario: No hay cambios ostensibles en esta Comunidad. TETRIS sigue siendo la «number one».

Comunidad Valenciana

1. «Tetris»
2. «Turtles»
3. «Street Fighter»
4. «Football Champ»
5. «King of Dragons»

Placa en alza: STREET FIGHTER
Comentario: Los excelentes registros de TETRIS hayan réplica en el continuado ascenso de STREET FIGHTER.

El «ranking» de placas de videojuego se realiza a través de un sondeo estadístico efectuado entre diversas empresas operadoras de cada una de las provincias. Posteriormente la resultante es reflejada en la clasificación de las cinco máquinas más recaudadoras de cada autonomía.•

La Guinda del Cóctel

Esta Mini es Guay

CIRSA - DPTO. PUBLICIDAD Y RR.PP.

UNIDESA®

UNIVERSAL DE DESARROLLOS ELECTRONICOS S.A.

Ctra. Castellar, 298 08226 TERRASSA Barcelona España
Tel. 93/785 77 62* Télex 59472 SAIR-E Fax 93/783 03 25